Mediação & midiatização

Maria Ângela Mattos
Jeder Janotti Junior
Nilda Jacks
(orgs.)

Mediação & Midiatização

MARIA ÂNGELA MATTOS
JEDER JANOTTI JUNIOR
NILDA JACKS
Organizadores

Mediação & Midiatização

Livro Compós 2012

Salvador - Brasília
EDUFBA - Compós
2012

PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO
Gabriel Cayres

CAPA
Ideia original
Núcleo de Experimentação Publicitária, PUC Minas
(Débora Menezes, Humberto Guima, Lucas Grossi,
Ludmila Maciel, Luis Monteiro, Samuel Boy)
Arte-finalização
Gabriel Cayres

NORMALIZAÇÃO
Susane Barros

REVISÃO
Flávia Rosa

COORDENAÇÃO EDITORIAL
Susane Barros

SISTEMA DE BIBLIOTECAS – UFBA

Mediação & Midiatização / Jeder Janotti Junior, Maria Ângela Mattos, Nilda Jacks, Organizadores ; prefácio, Adriano Duarte Rodrigues. - Salvador : EDUFBA ; Brasília : Compós, 2012.
327 p.

Livro Compós 2012.
ISBN 978-85-232-0955-1

1. Comunicação. 2. Comunicação de massa. 3. Mediação. I. Janotti Junior, Jeder. II. Mattos, Maria Ângela. III. Jacks, Nilda. IV. Rodrigues, Adriano Duarte.

CDD - 302.23

Editora filiada a

Sumário

Prefácio

ADRIANO DUARTE RODRIGUES[1]

O hábito de chamar prefácio a um texto que se publica antes de outros e que lhes serve de apresentação é muito curioso, e até intrigante, porque se prefácio significa etimologicamente aquilo que se faz antes de qualquer coisa, a questão é a de saber antes de que é que se faz um prefácio e de que fazer estamos falando quando lhe damos o nome de prefácio. Todos sabemos evidentemente que aquilo que o prefácio faz antes é um texto destinado a apresentar outros textos. Mas como é possível então apresentar textos antes de eles serem feitos? Os leitores mais atentos já poderão ter entendido porque comecei por referir este paradoxo com que todos os prefácios estão confrontados. É que ele nos coloca imediatamente no cerne da problemática escolhida pela Compós para a reflexão do seu livro de 2012 e que é o objecto dos textos reunidos no volume que o leitor terá na mão no momento em que estiver lendo este prefácio. O paradoxo que acabo de referir é a teia em que são enredados todos os prefácios, pelo fato de serem textos que utilizam uma modalidade específica de dispositivos técnicos de mediatização. Ao jogarem com os dispositivos da enunciação, autonomizando, ora umas, ora outras das suas componentes, alguns dispositivos técnicos de mediatização permitem realizar prefácios, isto é, textos que são feitos antes de outros serem lidos pelos seus leitores. O efeito dos dispositivos técnicos de mediatização é o de autonomizarem

---

1 Professor Catedrático da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

algumas componentes dos quadros enunciativos que delimitam e constituem o mundo simbólico ou discursivo. Só explicamos e resolvemos o paradoxo dos prefácios se tivermos em conta a autonomização, produzida pela utilização do dispositivo mediático da escrita, do momento em que os autores produzem os textos apresentados pelos prefácios em relação aos momentos em que são publicados, colocados à disposição e lidos pelos seus potenciais leitores. A enunciação dos discursos que são precedidos por prefácios desdobra-se, assim, tecnicamente numa multiplicidade de cenários, tornando-se nómadas, o que lhes permite circular entre cenários distintos ou diferidos do cenário da sua produção. É porque o dispositivo da escrita alfabética, como o que é utilizado para a produção deste livro, é uma técnica mediática que tem a função de autonomizar o momento da produção dos discursos aqui publicados em relação à sua leitura, que é possível fazer este prefácio, um texto que apresenta os textos publicados depois de ele ter sido produzido. O dispositivo técnico da escrita dá aos discursos a possibilidade de passar para além das fronteiras do espaço e/ou do tempo em que foram produzidos pelos seus autores.

É evidente que nem todos os dispositivos técnicos de mediatização de discursos tornam possível a elaboração de prefácios. Só os dispositivos que jogam com a maquinaria temporal dos dispositivos da enunciação, inscrevendo os discursos em suportes duradouros que persistem para além da cena efémera da sua produção. Aos discursos que utilizam outros dispositivos técnicos, tais como o telefone fixo, o telefone celular, a radiodifusão sonora e televisiva e os dispositivos cibernéticos, que jogam com outras componentes do dispositivo enunciativo, nomeadamente com a componente espacial, não é possível elaborar prefácios. O telefone fixo, o celular, a rádio, a televisão, os dispositivos cibernéticos, a não ser que sejam utilizados dispositivos de registo ou de gravação, análogos aos da escrita, não autonomizam o momento em que o locutor produz as suas falas em relação ao momento em que elas são ouvidas pelo seu interlo-

cutor; autonomizam outras componentes da enunciação, nomeadamente a localização da sua produção em relação à localização em que decorre a cena da sua recepção, alargando incomensuravelmente o seu alcance espacial. Mas, de uma ou outra maneira, como estamos a ver, o que distingue os discursos que utilizam dispositivos técnicos dos discursos que, como os que são produzidos face a face, não os utilizam é o jogo com as componentes do dispositivo enunciativo. Isto mesmo já tinha sido visto com toda a clareza por Platão, no *Fedro* (264c e ss.), ao reflectir sobre as consequências que decorrem da invenção do dispositivo técnico mediático da escrita alfabética.

O leitor já deve ter reparado que prefiro falar de dispositivos técnicos da enunciação em vez de *media* ou de *mídia*. Como Marco Toledo lembra muito oportunamente, no texto que o leitor poderá ler neste volume, a polissemia dos termos *media* ou *mídia* não contribui nada para o esclarecimento das questões que este livro pretende abordar. Prefiro falar de dispositivos técnicos da enunciação, porque me parece que aquilo que os *media* fazem é jogar com componentes dos dispositivos naturais utilizados pelos seres humanos para produzirem discursos ou, como prefiro dizer, para objectivarem simbolicamente a sua experiência (Rodrigues 2011).

A propósito da utilidade e do sentido da invenção destes dispositivos técnicos, John Peters (1999), numa obra heuristicamente muito sugestiva, chamava a atenção para o fato de, desde a sua origem, a nossa civilização se confrontar com dois ideais antagónicos acerca desta invenção, o ideal da disseminação e o do diálogo. O ideal da disseminação encontra-o Peters defendida, nos Evangelhos sinópticos, pela bem conhecida parábola do semeador (*Mateus* 13, *Marcos*, 14 e *Lucas* 8), ao passo que o do diálogo é o da maiêutica socrática que Platão parece defender no final do *Fedro*, na sequência da alusão à lenda egípcia, onde é posto em cena o confronto das duas posições antagónicas. Como o leitor poderá verificar ao ler os textos aqui reunidos, é este antagonismo que continua ainda hoje a dividir as maneiras de pensar as vantagens e os inconvenientes da mídia.

Tanto para Platão como para os Evangelhos sinópticos, as palavras são sementes que devem ser semeadas para poderem dar frutos abundantes, mas na parábola do semeador, devem ser disseminadas, generosamente espalhadas aos quatro cantos, ao passo que para Sócrates, a julgar pelo testemunho de Platão, não devem ser desperdiçadas, mas plantadas apenas em terreno fértil e onde possam ser cuidadosamente protegidas. Para os evangelhos sinópticos, não se deve deixar nenhum terreno sem a possibilidade de receber as palavras, mesmo correndo o risco de algumas caírem nos caminhos, entre os espinhos ou entre as pedras, deixando assim que cada terreno as faça germinar de acordo com o seu grau de fecundidade, que cada terreno se aproprie delas de acordo com a sua capacidade. Já para Platão, as palavras devem ser semeadas apenas nos terrenos capazes de as fazerem frutificar, plantando-as no terreno fértil dos jardins de Adónis, nos jardins onde elas possam encontrar o húmus fertilizador, receber os cuidados apropriados, germinar e dar fruto.

Ainda para Platão, a escrita, por ser o dispositivo técnico de disseminação dos discursos, contribui para o seu desperdício e, assim, quando a semente é espalhada aos quatro cantos, indiscriminadamente, quando a escrita faz circular os discursos para além das fronteiras do terreno onde pode encontrar a terra fecunda, não frutifica, corre o risco de ser desperdiçada. A posição decorrente da parábola do semeador sublinha, antes, a importância da disseminação generosa da palavra em todas as direções, de maneira a chegar a inseminar todos os terrenos, a não deixar de inseminar e fecundar todos quantos têm a capacidade para dela tirar proveito, mesmo correndo o risco de cair nos caminhos e de ser pisada pelos viajantes, ou no meio dos espinhos e das pedras que a impedem de germinar.

O antagonismo destas duas posições é incontornável. Não admira, por isso, que continue ainda hoje a dividir a reflexão acerca das vantagens ou dos inconvenientes do uso dos dispositivos técnicos do discurso. Creio que os textos aqui publicados parecem privilegiar o ideal da parábola do semeador em detrimento do ideal do diálogo. Mas a confusão acerca do

sentido que os autores dão à mediatização, aos *media* ou à mídia obscurece por vezes as posições e faz com que, por vezes, num mesmo texto, os autores pareçam defender ao mesmo tempo as duas teses, sem se darem conta de que se trata de posições antagónicas e, portanto, inconciliáveis.

Alguns autores argumentam que a aceleração e a generalização dos inventos de dispositivos técnicos mediáticos fazem com que hoje as representações discursivas do mundo substituam o mundo real. Destas transformações decorreria a constituição daquilo a que se costuma dar o nome de mundo virtual. Mas, se pararmos para pensar, depressa nos damos conta de que estas transformações não decorrem propriamente dos recentes inventos cibernéticos. Para os seres humanos o mundo não é nunca propriamente a realidade, mas o resultado da constituição de processos de objetivação simbólica. O que, por isso, parece mostrar esta perspectiva, habitualmente associada ao que se costuma dar o nome de pós-modernidade, encarando os atuais dispositivos cibernéticos como responsável pela substituição do mundo real por um mundo virtual, é a persistência da nostalgia do paraíso, desde sempre perdido, da realidade.

O texto de Cláudio Cardoso de Paiva refere a atribuição da invenção da escrita ao deus egípcio Toth, ao Hermes grego e ao Mercúrio latino, citando o trabalho de André Lemos. O autor associa as redes cibernéticas e a cibercultura à herança destas divindades, para lhes atribuir funções hermenêuticas, de interpretação do mundo. É em nome desta viragem hermenêutica associada à cibercultura que parece pugnar pela urgência de um projeto de democratização digital que torne possível o acesso generalizado às redes de banda larga e a consequente constituição de um *homo mediaticus*. O autor parece assim acreditar nas vantagens e nos benefícios da disseminação. Creio que, expressa de maneira diferente, o texto de José Luiz Braga, fazendo eco aos mais recentes trabalhos de

Jesús Martín-Barbero, se inscreve na mesma tradição, ao sublinhar a importância do papel dos *media*. Pelo fato de serem agentes de mediação e dispositivos de aceleração dos circuitos e dos fluxos, contribuiriam para o processo a que dá o nome de "invenção social".

Os debates em torno das questões que a mediatização coloca continuam abertos. Sem pretender de modo algum utilizar este espaço para o fechar, não posso deixar de afirmar que os textos que o leitor tem entre mãos não me levaram a abandonar a ideia que tenho vindo a defender, e a que alguns autores parecem referir-se, de que os dispositivos técnicos mediáticos estão relacionados com a experiência moderna, decorrem de uma das suas características fundamentais, a da fragmentação da experiência numa diversidade de campos (Rodrigues 2001). Gostaria de aproveitar este espaço para precisar melhor esta relação, partindo de uma reflexão mais cuidada sobre aquilo que entendo por experiência moderna. Dediquei-me, nos últimos anos, a rever a minha posição no sentido de eliminar de vez as leituras historicistas a que se prestavam implicitamente as formulações que lhes dava no final dos anos 80 do século passado (Rodrigues 2011). Devo confessar que, para a maneira como hoje coloco, o problema tem contribuído, além da frequentação de trabalhos antropológicos, a leitura atenta de textos, que hoje considero fundacionais, da psicologia social de George Herbert Mead (1992), da fenomenologia de Alfred Schutz (1967), do pragmatismo de William James (2007) e de Charles Peirce. Mas o maior contributo para a revisão da minha maneira de ver os *media* recebi-o dos estudos empíricos que, em conjunto com a minha equipa de pesquisa, tenho vindo a fazer das interações verbais, tanto espontâneas como institucionalmente enquadradas, a que me tenho dedicado regularmente nos últimos anos. Deixei assim de encarar a experiência moderna como uma etapa histórica, como nos têm feito crer

desde o século XVIII, para a ver como uma camada ou um estrato da experiência dos indivíduos e das sociedades de todos os tempos e de todas as sociedades. A concepção historicista da modernidade é em grande medida responsável pela amnésia das expressões de modernidade de outras eras e de outras sociedades, assim como pela ilusão de que os dispositivos cibernéticos provocariam o fim da modernidade. Minha posição continua a ser a de que os dispositivos técnicos mediáticos, não só asseguram estratégias de composição entre os diferentes campos que a experiência moderna autonomiza, mas procuram também integrar estas estratégias em processos interacionais que fundam a sociabilidade e continuam a ser processados ao nível das outras camadas ou dos outros estratos da experiência, nomeadamente das camadas a que dou o nome de experiência originária e de experiência tradicional, processos e camadas da experiência sem os quais a própria experiência moderna e os dispositivos técnicos de mediatização que ela transpira seriam impossíveis. Se entendi o texto de Gislene Silva, esta minha posição parece próxima da noção de *bios midiático* proposta por Muniz Sodré.

Esta minha posição contrapõe-se evidentemente às abordagens críticas dos discursos dos *media* que os isolam das interações não mediáticas e os consideram como instrumentos de diversas formas de manipulação. Não é que negue a existência de processos, por vezes insidiosos, de manipulação por parte dos discursos que são veiculados pelos *media*. A questão é a de me parecer impensável a existência de discursos não manipuladores.

Os que sustentam as teses da manipulação dos discursos mediáticos encontram na sua natureza retórica a semelhança, mas dificilmente conseguem descortinar a diferença entre os recursos retóricos utilizados nos discursos espontâneo que circulam no tecido social e os que são utilizados por discursos mediáticos. A impossibilidade de definir a noção de manipulação paira como uma sombra sobre as pesquisas sobre os discursos veiculados pelos *media*. A questão fundamental que não pode deixar de ser previamente resolvida para tornar estas pesquisas

coerentes é a de saber se pode ser imaginada uma modalidade de discursos que não seja manipuladora. Os discursos veiculados pelos *media* são manipuladores como manipuladores são todos discursos que circulam no tecido social. Falar é sempre fazer crer e fazer crer é levar os interlocutores a adotar comportamentos conformes com a crença que os locutores pretendem fazer aceitar. É que, a partir do momento em que qualquer discurso visa fazer aceitar pelos seus interlocutores aquilo que o autor crê ser verdadeiro, ter ocorrido, ser razoável e ser relevante, no quadro enunciativo que delimita o mundo desse discurso, não é plausível a existência de um tipo de discurso que não vise levar o seu interlocutor a aceitar aquilo que o autor pretende fazê-lo aceitar. É evidente que os discursos que circulam graças à utilização de dispositivos mediáticos utilizam recursos retóricos que apoiam determinados padrões políticos, culturais, sociais, sexistas, religiosos, em detrimento de outros padrões, como quaisquer outros discursos produzidos pelos falantes que estão inseridos no mundo constituído e alimentado pelos discursos que circulam nesse mundo, tal como, por exemplo, os discursos de dois amigos sentados à mesa de um bar, como os que são produzidos nos balneários de um ginásio ou como os que ocorrem durante os percursos dos transportes públicos.

A maior parte dos textos aqui reunidos reconhece, explicita ou implicitamente, as dificuldades da tese da manipulação ou da conspiração, o que indicia o alto grau de maturidade que a pesquisa brasileira alcançou nas últimas décadas. A reflexão parece debruçar-se hoje sobre o papel que os mais recentes dispositivos técnicos de mediatização dos discursos desempenham na constituição daquilo que alguns autores designam "nova ordem comunicacional" e outros preferem chamar "novas formas de vida". Mas uma das questões fraturantes para os autores que vêem na generalização dos mais recentes inventos de dispositivos técnicos do discurso a origem daquilo a que dão o nome de mundo virtual, ciberespaço ou ciberesfera continua evidentemente a ser a questão da manipulação.

O leitor pode evidentemente seguir uma multiplicidade de percursos de leitura desta obra, mas certamente depressa se dará conta de que neles ecoam diversas vozes como se de uma partitura ou de linhas melódicas de uma sinfonia se tratasse. Apesar de cada uma destas vozes seguir linhas melódicas e tonalidades diferentes, o conjunto acaba por formar uma polifonia rica, exuberante mesmo. Algumas destas vozes não se fazem ouvir diretamente, mas através de citações, formando quase uma espécie de refrão, contribuindo deste modo para uma certa unidade do livro. É o caso Jesús Martín-Barbero, de Muniz Sodré e de Renato Ortiz, de Orozco Gómez ou de Mauro Wilton de Sousa frequentemente citados. Mas também podemos encontrar outras que estão aqui representadas pelos seus autores, com é o caso de José Luis Braga e Antônio Fausto Neto que, além de serem frequentemente citados noutros textos aqui, apresentam também aqui as suas posições.

O diálogo que resulta da polifonia desta publicação é um excelente testemunho de um momento particularmente rico dos debates que, no Brasil, se confrontam acerca das questões da comunicação e dos *media*. Pareceu-me encontrar mais pontos de encontro do que de divergência entre as posições em torno das questões que parecem mobilizar a reflexão da comunidade científica brasileira, em geral, e dos programas de pesquisa e pós-graduação que integram a Compós.

Gostaria, no entanto, de chamar ainda a atenção para um outro nível polifónico desta obra, para o nível, talvez menos aparente, mas nem por isso menos brilhante, formado pelo entrelaçamento ou pela interação que os próprios textos estabelecem entre si. O leitor poderá ser levado a concluir que umas vezes convergem, outras divergem, outras vezes ainda parecem seguir rumos ou percursos paralelos. Mas há uma outra modalidade interação entre os textos, a que poderíamos dar o nome de deri-

vas, e que podem surpreender o leitor pelo fato de parecerem abrir novas perspectivas, aparentemente distantes dos percursos habituais. Estou a pensar no belo texto de Clarisse Alvarenga e de Kátia Lombardi. As autoras mostram como a publicação das reportagens fotográficas da guerra do Kuwait de Sophie Ristelhueber ou os filmes documentários de Pedro Costa podem oferecer a oportunidade de um jogo entre aquilo que é comum e aquilo que permite leituras particulares. Para as autoras, a dialética da percepção do particular e do comum e o distanciamento provocado pelo medium leva a uma multiplicidade de interpretações ou, como as autoras preferem dizer, de "traduções", multiplicidade que relacionam com aquilo a que José Luiz Braga, no seu texto, dá o nome de sentidos tentativos e com o método abdutivo. Os dispositivos mediáticos são assim encarados como "analisadores dos sistemas de representação que sustentam nossas crenças, valores e práticas compartilhadas", expressão que retoma uma feliz expressão de César Guimarães. Creio que esta última modalidade de polifonia é particularmente importante, porque pode contribuir para a abertura do debate acerca das questões abordadas nesta obra a uma estética dos dispositivos mediáticos, abertura destinada a reciclar ou, pelo menos, a complementar as habituais abordagens políticas.

A publicação desta obra cumpre, por conseguinte, um papel importante, o de colocar ao alcance dos leitores o ponto da situação sobre questões que têm dominado e continuam a dominar o debate sobre a comunicação no Brasil.

Referências

James, W. (2007) – *Philosophie de l'Expérience*, Paris, Les Empêcheurs de Penser en Rond (original : 1909)

Mead, G. H. (1992) – *Mind, Self and Society*, Chicago & London, The Universitu of Chicago Press (original: 1934).

Platão – *Fedro,* 264.

Peters, J. D. (1999) – *Speaking into the air. The History of the Idea of Communication*, Chicago & London, The University of Chicago Press.

Rodrigues, A. D. (2001) – *Estratégias da Comunicação*, Lisboa, ed. Presença.

Rodrigues, A.D. (2011) – *O Paradigma Comunicacional*, Lisboa, ed. da Fundação C. Gulbenkian.

Schutz, A. (1992) – *The Phenomenology of the Social World*, Northwestern University Press (original alemão: 1932)

Apresentação

Está distante a época em que o campo da comunicação no Brasil podia ser considerado como periférico às "metrópoles". Do mesmo modo que a América Latina foi responsável por uma grande virada para a compreensão das práticas de comunicação, dando a devida voz aos receptores e valorizando os aspectos processuais dos fenômenos comunicacionais, hoje o Brasil está se transformando em um lugar distinto no contexto da produção de conhecimentos sobre a comunicação e a cultura no mundo contemporâneo.

Nesse cenário, tanto os encontros, bem como a produção acadêmica publicada na E-Compós (revista eletrônica da Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação) e os livros anuais têm se destacado como mola propulsora do pensamento crítico e reflexivo sobre a comunicação midiática em nosso país.

A compreensão sobre a importância do debate acerca da complexidade dos fluxos comunicacionais do mundo atual e os conceitos de mediação e midiatização ganharam destaque ao tentar dar conta tanto da circulação, bem como das interações sociais que caracterizam os processos midiáticos. Esse trajeto torna necessário que se deixe de lado o *bias* produtivista que era hegemônico na pesquisa em comunicação e faz com que pesquisadores de gabinete passem a olhar para a intensidade das apropriações culturais da comunicação no dia a dia.

Tendo em vista este cenário, o processo de edição do livro da Compós 2012 teve como guia as seguintes questões: quais as possíveis diferenças, articulações e tensionamentos entre mediação e midiatização? Como estes conceitos e noções têm sido recortados nos estudos de comunicação em suas dimensões teóricas e empíricas? Até que ponto é possível enxergar continuidades e rupturas entre as ideias de midiatização e mediação?

Como esses conceitos são utilizados como operadores para a compreensão da comunicação contemporânea?

A partir dessas questões organizamos o livro em duas partes que se complementam como faces de um caleidoscópio. Que a leitora e o leitor não se espantem com a metáfora, espera-se o surgimento de uma terceira face a partir das fricções e encontros entre as ideias de mediação e midiatização. A primeira parte, *Mediação* & *Midiatização*: conexões epistemológicas, estruturada em torno de sete textos, discute as matrizes epistemológicas e as possíveis articulações entre os conceitos chaves do livro, bem como os aportes teórico-metodológicos dos estudos na área de comunicação e as reflexões críticas sobre abrangências e limites dessas ideias. A segunda parte, nomeada *Percursos Investigativos*, apresenta cinco textos que repercutem as noções de midiatização e mediação no campo da pesquisa empírica e na análise dos processos e produtos midiáticos. Assim, os artigos são apresentados na seguinte perspectiva:

José Luiz Braga, autor do texto *Circuitos versus campos sociais* empreende uma importante reflexão sobre o atravessamento dos campos sociais pelos processos de midiatização, abrindo espaço para relacioná-lo com o conceito de mediação na medida em que não o identifica à indústria cultural ou à inovação tecnológica. Este posicionamento, embora reconhecidamente vinculado à linha de pesquisa a que pertence o autor, abre espaço para conduzir uma aproximação entre os conceitos-tema do livro. Para ele os processos de midiatização são as bases das mediações comunicativas, como tem afirmado Jesús Martín-Barbero, o grande expoente da área que trabalha com conceito de mediação.

A partir de uma abordagem sincrônica e diacrônica o texto *Medium, Media, Mediação e Midiatização: a perspectiva germânica,* de Marcos Toledo Bastos, explora os termos contidos no título, percorrendo os aspectos etimológicos e teóricos de suas diversas utilizações e significações, tendo como base comparações entre suas definições na Alemanha e seus contrapontos entre autores de origens diversas, que incluem os percussores dos

Estudos Culturais, a Escola de Frankfurt, autores latino-americanos e autores singulares como McLuhan, Kitler e Braga. Através deste panorama o texto procura apresentar ao leitor bases para que se possa entender não só a especificidade das pesquisas em comunicação na Alemanha, o aporte histórico destes termos no Brasil, como também o alcance epistemológico e analítico desses conceitos a partir de suas diferentes significações.

A seguir, Laan Mendes Barros, autor do texto *Recepção, mediação e midiatização: conexões entre teorias europeias e latino-americanas*, aponta possíveis articulações entre três correntes europeias – Estética da Recepção, da Escola de Konstanz; Hermenêutica Francesa, particularmente as formulações de Paul Ricoeur, e Estudos Culturais Ingleses – e os estudos latino-americanos sobre as mediações. Na visão do autor, tais perspectivas já projetavam desde a sua emergência à produção de sentidos para além das relações entre mídia e recepção, texto e leitor e, nesse sentido, podem contribuir para que os estudos contemporâneos compreendam mediação e midiatização como processos complementares e não excludentes.

O texto *Pode o conceito reformulado de bios midiático conciliar mediações e midiatização?*, de Gislene Silva, parte das discussões em torno das críticas às faltas de limites e abrangências das noções de mediação em Barbero e midiatização em Braga, para a partir daí propor uma articulação entre essas perspectivas tendo em vista a proposta de Sodré de *bios midiático*. Segundo a autora, essa ponte abarca a ideia de que os fenômenos comunicacionais são processos e interações relacionados ao campo da cultura presentes no pensamento de Barbero e Braga ao mesmo tempo em que reconhece a necessidade de apontar a proeminência e especificidade do universo da comunicação para que se possa pensar de modo aprofundado as articulações e práticas interacionais que caracterizam tanto a mediação quanto a midiatização da cultura contemporânea.

Diógenes Lycarião propõe em *Sistema dos media e deliberação pública: acerca do valor epistêmico da mediação para a legitimação democrática* avanços no modelo deliberativo *habermasiano* ao considerar que o sistema

midiático tem atribuição de operar formas de mediação decisivas para garantir a legitimação democrática. O texto reflete o esforço do autor em se contrapor às correntes teóricas que ora desconfiam do papel exercido pelo sistema midiático no processo de deliberação pública, ora o consideram relevante, mas "raramente imprescindível". Nessa ótica, ele considera que a mediação não se dá apenas pela remodulação das práticas sociais à lógica da midiatização, mas, sobretudo pela modulação das próprias práticas midiáticas em função de sua "responsividade ao mundo da vida e aos outros sistemas com os quais se relaciona".

Cláudio Cardoso de Paiva, em um texto calcado na metáfora já anunciada no título – *Sob o signo de Hermes, o espírito mediador: midiatização, interação e comunicação compartilhada* – parte do pressuposto de que os desdobramentos e ressonâncias dos fenômenos de midiatização e mediação vão depender dos usos sociais, e ambienta sua reflexão na comunicação em rede. Constrói seu ensaio reunindo contribuições da antropologia simbólica, dos estudos culturais e da cibercultura, tomando vários objetos observáveis, aos quais faz referência aqui e ali na busca de interpretação da complexidade cultural que os envolve na era da comunicação digital. Mediação e midiatização são fenômenos que recebem tratamento hermenêutico na análise do autor.

Em *Inflexões metodológicas para a teoria social dos usos e processos de midiatização,* Jorge Cardoso Filho parte da crítica ao denominado "mapa noturno" de Jesús Martín-Barbero, para introduzir sua discussão sobre os aspectos materiais da experiência, que seriam negligenciados por este autor. Ou seja, argumenta sobre a necessidade de uma articulação entre a teoria das mediações, de âmbito latino-americano, e a teoria das materialidades, de inspiração alemã, que se complementariam na busca de um procedimento metodológico capaz de apreender sistemática e empiricamente expressões materiais dos usos sociais dos meios e processos de midiatização. Esta é sua estratégia para aproximar mediação e midiatização como conceitos que podem dialogar.

Na segunda parte, apresentam-se os seguintes trabalhos:

Romarias, marchas e tecnologias: as mediações e a midiatização da questão agrária contemporânea, texto de Joel Felipe Guindani e Valdir Jose Morigi, ancora-se na noção de midiatização social para refletir sobre as formas de mobilização mediadas pelas práticas comunicacionais utilizadas por lideranças do Movimento Sem Terra (MST), sob perspectiva complexa e multidisciplinar. Os autores entendem que o fenômeno da mediação/midiatização é um processo social amplo que altera referências históricas tradicionais e estáveis e, ao mesmo tempo, potencializa experiências de visibilidade aos projetos políticos e ideológicos. Baseados em pesquisa participante com lideranças de assentamentos rurais de dois estados brasileiros, Guindani e Morigi ressaltam que a questão agrária, em sua dimensão sociocomunicacional, é um fenômeno difuso e inacabado, atravessado pela dimensão sociotécnica e por processos de mediação social.

No texto *Mediação e midiatização da religião em suas articulações teóricas e práticas: um levantamento de hipóteses e problemáticas*, Luis Mauro Sá Martino busca compreender as transformações da comunicação no mundo contemporâneo através do entendimento de como os processos de midiatização e mediação transformam as práticas e a própria noção de experiência religiosa. Antes de procurar uma abordagem que dê conta somente do campo religioso, Sá Martino procura demonstrar como a particularidade de seus estudos está conectada a transformações gerais da comunicação midiática em sentido geral. Assim, tanto as definições teóricas, bem como a presença da religiosidade e da religião na mídia e suas especificidades brasileiras são compreendidas nas articulações entre tecnologias de comunicação e sua presença no cotidiano através das articulações efetuadas no âmbito das mediações.

No texto *Midiatização e reflexividade das mediações jornalísticas*, Carlos Alberto de Carvalho e Leandro Lage buscam a compreensão de alguns rearranjos nos processos de produção, circulação, consumo e ressignificação das práticas jornalísticas contemporâneas. À luz do pensamento

de Anthony Giddens sobre a reflexividade da vida social moderna e do dissenso teórico entre estudiosos brasileiros acerca do conceito de midiatização, os autores indagam se a midiatização representa uma processualidade de referência ou nova forma de vida, evidenciando que não se trata de escolher entre uma e outra posição e, sim, de considerar que ela não suprime as formas tradicionais de sociabilidade nem abarca a totalidade dos processos comunicacionais. Sob tal ótica, argumentam que o jornalismo é atravessado por múltiplas, sofisticadas e complexas mediações e interações entre atores sociais e dispositivos sociomidiáticos.

O texto *Midiatização e mediação: seus limites e potencialidades na fotografia e no cinema* de Clarisse Castro Alvarenga e Kátia Hallak Lombardi apresenta as possíveis interações entre midiatização e mediação através da articulação entre as ideias de *bios midiático,* de Muniz Sodré, e midiatização, de José Luiz Braga, focando os aspectos sensíveis de suas materializações nas fotografias de Sophie Riestelhueber, apresentadas no livro *Fait,* e no filme *Juventude em marcha,* do cineasta português Pedro Costa. O percurso que envolve definições conceituais e sua presença nos produtos midiáticos permite repensar as fendas abertas nos processos de comunicação que aqui, não são mais vistos como parte de esquemas estanques e sim, como dinâmicas culturais que transformam a ideia de comunicação no audiovisual contemporâneo.

Antônio Fausto Neto em *Midiatização da enfermidade de Lula: sentidos em circulação em torno de um corpo-significante* examina a potencialidade do conceito de midiatização, através da análise das estratégias que deram visibilidade à enfermidade do ex-presidente, que implicariam na construção de novos processos de produção do acontecimento midiático, sinalizando também as mediações que são engendradas nesta nova dinâmica sociocomunicacional. Para tal, analisa as lógicas e operações do campo midiático que são apropriadas por outros campos sociais, as quais estruturam novas possibilidades de produção de sentidos, mediadas por

novas práticas sociais, explorando desta forma a aproximação dos dois conceitos-chave desta publicação.

Como se pode notar no panorama delineado acima, os autores do livro Compós 2012 problematizam tanto a concepção totalizante da midiatização que subsume as formas de interação social quanto a ênfase excessiva nos condicionantes culturais dos processos de mediação. Assim, parte expressiva das reflexões apresentadas nesta publicação sinaliza uma viragem nas perspectivas dos estudos da comunicação que encaram tais fenômenos como processos transversais e complementares.

Como é ressaltado no instigante prefácio do professor Adriano Duarte Rodrigues, a trajetória do livro pautou-se no diálogo crítico que busca a intensidade na descrição dos conceitos de midiatização e mediação, visando a construção de bases epistemológicas sólidas e capazes de assegurar maturidade teórica e metodológica, abrangendo ao mesmo tempo, a diversidade do campo da comunicação e a permanente conexão entre academia e práticas cotidianas. Com isso reconhece que o Brasil ocupa um lugar de destaque não só na produção midiática bem como nas práticas que envolvem reflexão e produção de conhecimento crítico sobre os processos comunicacionais que caracterizam a cultura contemporânea.

MEDIAÇÃO & MIDIATIZAÇÃO: CONEXÕES EPISTEMOLÓGICAS

Circuitos *versus* campos sociais

JOSÉ LUIZ BRAGA

INTRODUÇÃO

O presente texto se concentra na expressão "midiatização". Essa é a questão que direciona a Linha de Pesquisa em que me inscrevo, no PPG em Ciências da Comunicação da Unisinos.[1] Mais especificamente, neste artigo, tenho o objetivo de refletir sobre uma das consequências significativas que a midiatização crescente apresenta na sociedade contemporânea – que é um atravessamento dos campos sociais estabelecidos, gerando situações indeterminadas e experimentações correlatas.

Com este objetivo em mente, minhas primeiras anotações, iniciadas há algum tempo, não incluíam perspectivas sobre o conceito de "mediações". Acreditava, entretanto, que o foco em um dos dois termos da proposta da Compós para seu livro de 2012 seria suficiente para legitimar um encaminhamento do texto à seleção por seus organizadores. Entretanto, em conversa com colegas sobre a perspectiva que damos a "midiatização" em nossa linha de pesquisa, percebi que a gama de sentidos do conceito de "mediações" seria pertinente para esclarecer meu tema principal.

---

1 A Linha de Pesquisa Midiatização e Processos Sociais é conduzida pelos professores Antonio Fausto Neto, Jairo Ferreira, Pedro Gomes e pelo autor do presente artigo. Conceitos e enigmas pertinentes são constantemente debatidos entre nós, produzindo um ambiente de estímulo reflexivo, tanto mais rico pela diversidade de ideias que atravessa nossas preferências.

Em perspectiva genérica, uma mediação corresponde a um processo em que um elemento é intercalado entre sujeitos e/ou ações diversas, organizando as relações entre estes. Esse conceito básico parece se manter em todas as situações em que a expressão é chamada a nomear o processo. Os sentidos específicos variam segundo o elemento mediador; conforme os sujeitos cuja relação é intermediada; e de acordo com seu modo de atuação.

Em perspectiva epistemológica, trata-se do relacionamento do ser humano com a realidade que o circunda, que inclui o mundo natural e a sociedade. A ideia de mediação corresponde à percepção de que não temos um conhecimento direto dessa realidade – nosso relacionamento com o "real" é sempre intermediado por um "estar na realidade" em modo situacionado, por um ponto de vista – que é social, cultural, psicológico. O ser humano vê o mundo pelas lentes de sua inserção histórico-cultural, por seu "momento".

Conforme a área de estudos e o tipo de objeto de cujo conhecimento se trata, diferentes elementos são enfatizados como mediadores – a linguagem, a história de vida, a inserção de classe, as experiências práticas e o "mundo local", o trabalho, a educação formal recebida, os campos sociais de inserção.

No âmbito da Comunicação, o surgimento de uma "mídia de massa" na forma de indústria cultural tornou-se objeto de estranhamento social: uma sociedade vista como massificada passava a ser mediada por processos informativos e de entretenimento não-habituais, subsumidos a setores sociais dominantes, não controlados pela sociedade em geral. Como consequência desse elemento mediador, implantado como um "corpo estranho", criava-se a impressão de uma exposição "direta" da sociedade à mídia, como entidade passiva diante de um potencial homogeneizador.

Entretanto, Jesús Martín-Barbero vem assinalar, nos anos 1980, uma mediação fundamental entre a sociedade e as proposições da mídia de massa: a inserção cultural do receptor. Sua formulação, hoje antológica,

aciona um deslocamento do foco de atenção, no estudo das comunicações massivas: "dos meios às mediações".

Essa expressão, praxiológica desde sua formulação, realiza duas ações cognitivas relevantes. Por um lado, propõe a superação de uma visão objetivista dos meios (da indústria cultural, suas tecnologias, seus produtos), a serem redirecionados para uma visão relacional na sociedade. Por outro, introduz uma preocupação da área com a composição daquelas mediações, com os elementos que aí se realizam – mas sobretudo com o modo, a intensidade, a eficácia de tais mediações (culturais) no enfrentamento de seu par relacional (a mídia com seus produtos). Essa percepção é relevante, não apenas porque põe em cena o receptor integrado em seus ambientes – mas também porque começa a fazer perceber os processos midiatizados.

Como os meios, antes dessa virada, apareciam de modo preocupante como produtores de efeitos não controláveis pela sociedade, as mediações se põem, praxiologicamente, como espaço da ação de resistência. Não se trata apenas de conhecimento do mundo (nos aspectos e objetos em foco), do viés com que se o percebe e pelos quais nos relacionamos com os meios. Mas também – e talvez sobretudo – da possibilidade de enfrentamento, da reflexão sobre a qualidade das condições para esse enfrentamento, como uma interação de natureza político-social. Por isso mesmo, não é infrequente as duas palavras serem reunidas em formato opositivo: mediações ou midiatização. Essa possível oposição corresponde, também, a duas ênfases alternativas: o objeto preferencial dos estudos de comunicação seriam os meios ou seriam as mediações?

Efetivamente, Immacolata Vassallo de Lopes, em entrevista com Jesús Martín-Barbero (2009, p. 150), oferece o ângulo adequado para que o pesquisador esclareça sua visada atual: "Mediatização ou mediação? [...] a questão da comunicação é uma questão de meios ou de mediações? Faço essa pergunta para que responda precisamente este ponto: será preciso fazer um outro livro agora, intitulado *Das mediações ao meios*?"

O autor assinala que em *Dos meios às mediações* se referia às "mediações culturais da comunicação". E ainda: "A partir daí, o que aparecia claramente eram dois eixos: um, as lógicas de produção e as competências da recepção; e outro, as matrizes culturais e os formatos industriais". Observa que, no desenvolvimento de sua reflexão, entretanto, começou a pensar as "mediações comunicativas da cultura". (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 150) Nessa perspectiva, "[é] preciso assumir *não a prioridade dos meios*, mas sim que *o comunicativo* está se transformando em protagonista de uma maneira muito forte". (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 152, grifos nossos)

O sentido que atribuímos, em nossa Linha de Pesquisa, ao termo "midiatização" é muito próximo dessa segunda proposição. No intervalo entre as duas ênfases percebidas por Martín-Barbero, dois processos reduzem o estranhamento da mídia. Um deles, processo tecnológico, corresponde à disponibilização de ações comunicativas midiatizadas para largas parcelas da população, dosando e redirecionando a comunicação massiva. O outro, processo social, diz respeito a uma entrada experimental de participantes sociais nas práticas e processos antes restritos à indústria cultural – por crítica social, por reivindicações de regulação pública da indústria, por ações sociais organizadas para ocupar espaços de produção e difusão; e certamente pela ativação crítica e intencionada das mediações culturais, por apropriações "em desvio" das interpretações preferenciais da produção.

Ao mesmo tempo em que a questão comunicacional se torna presente e fundante para a sociedade, os processos sociais se midiatizam – no sentido de que tomam diretamente iniciativas midiatizadoras.

MIDIATIZAÇÃO

Antônio Fausto Neto (2008, p. 93) observa que, em um período que se pode denominar "sociedade dos meios", as mídias "[...] teriam uma autonomia relativa, face à existência dos demais campos". Já na sociedade de midiatização, "a cultura midiática se converte na referência sobre a qual a

estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade".

Nossa perspectiva sobre midiatização observa justamente esse deslocamento. Por diversas razões, já não se pode considerar "a mídia" como um corpo estranho na sociedade. Com a midiatização crescente dos processos sociais em geral, o que ocorre agora é a constatação de uma aceleração e diversificação de modos pelos quais a sociedade interage com a sociedade. Ainda que os processos interacionais mais longamente estabelecidos – da ordem da oralidade presencial e da escrita em suas múltiplas formas – continuem a definir padrões de comunicação, e lógicas inferenciais, que organizam a sociedade e suas tentativas, tais processos, em sua generalidade, se deslocam para modos mais complexos, envolvendo a diversidade crescente da midiatização – o que é bem mais amplo e diferenciado do que referir simplesmente o uso dos meios. Assim, hoje, o que atrai fortemente nossa atenção são esses processos – cujas ações não se restringem ao objeto "meios" nem ao objeto "receptores e suas mediações", mas os incluem, a ambos, em formações muitíssimo diversificadas e ainda articulados a outras formações. Em um artigo de 2007, *Midiatização como processo interacional de referência*, propus algumas perspectivas sobre esse enfoque.

Assim, é preciso fazer uma distinção básica. Quando falamos em "midiatização", não estamos circunscrevendo o termo à indústria cultural; nem às inovações tecnológicas tornadas disponíveis. Certamente, a presença da indústria cultural é fato que não deve ser descurado. Entretanto, mesmo levando em conta essa presença, não entendemos que "midiatização" corresponda a uma ampliação ou predomínio da indústria cultural sobre a sociedade. Ao contrário, as inúmeras possibilidades que vão se desenvolvendo para criticar, para apreender reflexivamente os produtos e processos dessa indústria, para setores da sociedade agirem nas mídias e pelas mídias, os esforços de regulamentação político-social – tudo isso, ao contrário, torna a presença da indústria cultural um elemento não ho-

mogeneizante do social. Eliseo Verón (1998, p. 1, grifo do autor, tradução nossa) propõe que

> Uma sociedade *em vias de midiatização* (distinta da sociedade *mediática* do período anterior [...]) não é por isso uma sociedade dominada por uma só forma estruturante, que explicaria a totalidade de seu funcionamento. A midiatização opera através de diversos mecanismos segundo os setores da prática social que interessa, e produz em cada setor distintas conseqüências.

Além disso, o surgimento das novas tecnologias crescentemente disponibiliza possibilidades de midiatização para setores "não-midiáticos": das mais diversas instituições aos grupos *ad-hoc* e aos indivíduos.

Entretanto, não restringimos o termo a essa penetração tecnológica. É claro que se trata de um insumo relevante, merecedor de pesquisa e reflexão – mas entendemos que os processos comunicacionais associados não decorrem simplesmente da invenção tecnológica. É preciso um componente diretamente social no processo. Sobre a tecnologia disponibilizada é preciso ainda que se desenvolvam invenções sociais de direcionamento interacional. Essas invenções são, talvez, a parte mais importante da questão. É porque a sociedade decide acionar tecnologias em um sentido interacional que estas se desenvolvem – na engenharia e na conformação social. Sá e Holzbach (2010, p. 9), tratando de performances mediadas por computador, observam que o You Tube "foi desenvolvido para ser um canal de veiculação de vídeos domésticos" – mas "os usuários começaram a postar vídeos de instituições [...] fazendo eclodir uma série de discussões sobre direitos autorais" E mais adiante, falando do *twitter*: "desenvolvido para que os usuários respondessem à pergunta 'o que vc está fazendo?', ele também desviou-se de seus usos originais, tornando-se uma das plataformas populares no Brasil ao longo de 2009" (p. 10). Essa parece ser uma constante, a cada tecnologia produzida. Basta pensar que o rádio foi tecnologicamente desenvolvido para viabilizar comunicações ponto a ponto, como por exemplo entre

navios, que não podiam utilizar a tecnologia do telégrafo (com fios). Até hoje, na França, o rádio é chamado de "t.s.f" (telégrafo sem fios) – sendo usado, evidentemente, para ações interacionais muito diferentes a partir de invenções sociais.

Por tudo isso, não se trata de retornar das mediações aos meios: ambos são parte necessária e significativa da abrangência que nos interessa. Mas ao mesmo tempo, não são objetos suficientes. O conceito de midiatização, "ainda em fase de construção", como observa a chamada de artigos para o Livro Compós de 2012, solicita uma abrangência maior. Todas as áreas e setores da sociedade passaram a desenvolver práticas e reflexões sobre sua interação com as demais áreas e setores, testando possibilidades e inventando processos interacionais para participar segundo suas próprias perspectivas e interesses.

Essas práticas, esses processos, em toda sua variedade, tornam-se objeto possível para nossa investigação – desde que, de algum modo, produzam ação interacional. Isso corresponde a dizer que tais objetos oferecem a possibilidade de grande variedade de perguntas para a investigação, algumas das quais talvez nem sabemos ainda como expressamente gerar ou organizar.

Assim como, desde o século XVII, a imprensa se desenvolveu como um componente estruturante da sociedade (notadamente a europeia), na medida em que esta buscava organizar, diversificadamente, as potencialidades da escrita a serviço de seus interesses múltiplos e frequentemente contraditórios; assim também vemos os processos de interacionalidade midiatizante estimulando os modos pelos quais a sociedade se comunica e, em consequência, tentativamente se organiza.

Diante desse objeto, extraordinariamente complexo, a primeira dificuldade que se põe é a de escolher focos de investigação e desenvolver conceitos que possam clarear e priorizar suficientemente os âmbitos de pesquisa. Tentativas múltiplas vêm sendo apresentadas – acredito que, aos poucos, irão se evidenciando os ângulos mais produtivos dentre estas.

Sabemos que é a partir do próprio embate entre conceitos e "hipóteses concorrentes" que podemos desenvolver percepções e ajustes conceituais necessários. (CAMPBELL, 2005) Na linha de pesquisa de Midiatizações, temos assim trabalhado, com diversidade interna de reflexões e elaboração, os conceitos de circulação, circuitos, dispositivos e ambiência midiatizada. O enfoque do presente texto se circunscreve aos dois primeiros.

CIRCULAÇÃO

Nas relações – agora vistas como bem mais complexas – entre a produção e a recepção, um conceito inicialmente restrito a esse intervalo entre os dois polos, ganha vigor e relevância. Em *A sociedade enfrenta sua mídia*, afirmamos que

> quando se trata de valores simbólicos e da produção e recepção de sentidos, o que importa mais é a circulação *posterior à recepção*. [...] *O sistema de circulação interacional* é essa movimentação social dos sentidos e dos estímulos produzidos inicialmente pela mídia. (BRAGA, 2006, p. 28, grifo do autor)

Fausto Neto (2010) assinala um desenvolvimento do conceito de "circulação" que, na medida em que se complexifica, se torna nuclear para pensar a midiatização da sociedade. Fazemos aqui uma apropriação do artigo, pelo ângulo em que estuda a sucessão de sentidos dados à expressão.

No período da ênfase nos meios, a circulação era vista meramente como a passagem de algo do emissor ao receptor. Uma preocupação central era a de verificar a consistência entre o ponto de partida e o ponto de chegada – o principal critério acionado era o da busca de correspondência e identidade entre emissão e recepção.

Com a percepção de que os receptores são ativos, a circulação passa a ser vista como o espaço do reconhecimento e dos desvios produzidos pela apropriação. Aparece então "como resultado *da diferença* entre lógicas de processos de produção e de recepção de mensagens". (FAUSTO NETO, 2010,

p. 10, grifo nosso) Torna-se, portanto, um espaço de maiores possibilidades de ocorrência interacional, na prática social; e de descobertas, na investigação.

Dada a possibilidade de desarticulação entre essas lógicas, por suas diferenças, coloca-se a questão de contratos para "descrever as possibilidades de *construção de vínculos* entre produção/recepção". (FAUSTO NETO, 2010, p. 10, grifo nosso) Uma pergunta relevante se voltava para entender como a sociedade evita que as diferenças entre as lógicas da produção e as da recepção levem à simples incompreensão mútua.

A circulação é, então, "transformada em lugar no qual produtores e receptores se encontram em jogos complexos de oferta e reconhecimento". (FAUSTO NETO, 2010, p. 11, grifo nosso)

Nesse estágio, "as lógicas dos *contratos* são subsumidas por outras *lógicas de interfaces* [...] os receptores perambulam por várias mídias, migrando em seus contatos com os mesmos, e quebrando zonas clássicas de fidelização". Fausto Neto (2010, p. 12-14, grifo do autor) reitera, ainda, em sua conclusão, "que as novas condições de circulação afetam as lógicas de instituições produtoras e sujeitos-receptores, por força da ambiência da midiatização".

Podemos observar aí os desenvolvimentos sobre a relação produção/recepção. A partir dessas percepções sucessivas no entendimento de "circulação", mais um passo deve ser proposto: indo além das relações diretas entre produtor e receptor, importa o fato de que este último faz seguir adiante as reações ao que recebe. Isso decorre não apenas da presença de novos meios, mas também de que os produtos circulantes da "mídia de massa" são retomados em outros ambientes, que ultrapassam a situação de recepção (o espectador diante da tela).

Esse "fluxo adiante" acontece em variadíssimas formas – desde a reposição do próprio produto para outros usuários (modificado ou não); à elaboração de comentários – que podem resultar em textos publicados ou em simples "conversa de bar" sobre um filme recém visto; a uma retomada de ideias para gerar outros produtos (em sintonia ou contraposição); a uma estimulação de debates, análises, polêmicas – em processo agonístico;

a esforços de sistematização analítica ou estudos sobre o tipo de questão inicialmente exposta; passando ainda por outras e outras possibilidades, incluindo aí, naturalmente a circulação que se manifesta nas redes sociais.

Em todas essas alternativas, na sociedade em midiatização o esforço produtivo para circular se faz na conformação da escuta prevista ou pretendida. No artigo *La política de los internautas es producir circuitos* (BRAGA, 2011, p. 7) discuto essa espécie de "contrafluxo" que é a necessidade de previsão da escuta possível na composição da "fala" a ser posta em circulação: "No contrafluxo, passamos a produzir a partir das respostas que pretendemos, esperamos ou receamos". Essa característica de fluxo contínuo, marcado pela retroação da escuta prevista, parece-me ser um dos aspectos mais pregnantes da midiatização, merecedor de investigação empírica para aprofundar a variedade de consequências (problemáticas, promissoras ou desafiantes) da interação social atual.

Pelo menos nos macro-ambientes de interação social – do qual fazem parte, aliás, as redes sociais – e na medida em que as interfaces sociais se encadeiam crescentemente, percebemos que o esforço interacional se desloca do modelo conversacional (comunicação reverberante, de ida-e-volta) para um processo de fluxo contínuo, sempre adiante.

Nessas circunstâncias, já não é tão simples distinguir "pontos iniciais" e "pontos de chegada", produção e recepção como instâncias separadas. O que, aliás, nos faz perceber que tal construção decorre mais de uma condição histórica específica (a fase de implantação dos meios de massa) do que de uma pretendida "natureza" do processo interacional – que, pela própria etimologia da palavra, enfatiza antes a indistinção de papeis do que uma especialização "por estrutura". Ou seja: o exercício de diferentes ações, as assimetrias e opressões, devem ser relacionadas antes a cada tipo específico de interação, assim como a seus contextos significativos; e não a uma pretendida lógica diferencial no interagir. É claro que no caso dos meios de massa podemos distinguir claramente essas duas posições – que devem ser assim estudadas segundo suas lógicas específicas; mas

evitando naturalizar estes papéis como se fossem categorias inelutáveis da midiatização. É consensual que, nas redes sociais, as diferentes lógicas interacionais definem outros papéis para os participantes. Mas mesmo nos meios ditos unidirecionais, uma vez absorvidos seus processos, culturalmente, pela sociedade e integrados a outros circuitos, a "diferença" deixa de significar necessariamente assimetria contestável.

Por raciocínio complementar, se abordamos a circulação nessa visada abrangente, decorre daí que o produto mediático não é o ponto de partida no fluxo. Pode muito bem ser visto como um ponto de chegada, como consequência de uma série de processos, de expectativas, de interesses e de ações que resultam em sua composição como "um objeto para circular" – e que, por sua vez, realimenta o fluxo da circulação.

No artigo referido anteriormente (BRAGA, 2011b), sublinhamos que, a rigor, não é "o produto" que circula – mas encontra um sistema de circulação no qual se viabiliza e ao qual alimenta. O produto, entretanto, é um momento particularmente auspicioso da circulação – justamente porque, consolidado em sua forma que permanece (e que se multiplica, na sociedade em midiatização), pode continuar circulando e repercutindo em outros espaços. O produto, por sua permanência e também porque se molda ao mesmo tempo em que busca moldar os ambientes em que se põe a circular, torna-se um especial objeto de observação para inferências sobre os processos mais gerais em que se inscreve.

Os processos e as consequências desse modo preferencial de circulação, próprio da sociedade em midiatização, devem então ser estudados. Uma questão que se põe aqui é a de como concretizar aspectos dessa perspectiva abrangente, de modo a transitar da elaboração reflexiva e ensaística para o trabalho da pesquisa empírica. Uma primeira aproximação corresponde a perceber que essa circulação em fluxo contínuo não é apenas uma descrição abstrata. Ela se manifesta concretamente na sociedade, na forma de circuitos – que são culturalmente praticados, são reconhecíveis por seus usuários e podem ser descritos e analisados por pesquisadores.

O próximo item e a conclusão pretendem concretizar minimamente esse conceito, como base para investigações específicas.

CIRCUITOS *VERSUS* CAMPOS

Tais circuitos não se desenvolvem no vazio. Há uma sociedade pré-mediática solidamente instalada por suas instituições e estruturas historicamente elaboradas. Um bom modo para tratar esse ambiente estabelecido é referir os campos sociais, conforme a perspectiva de Bourdieu (2003, p. 22, grifo do autor) – estudados como "microcosmos relativamente autônomos":

> Uma das manifestações mais visíveis da autonomia dos campos é sua capacidade de *refratar*, retraduzindo sob uma forma específica as pressões ou demandas externas. [...] quanto mais autônomo for um campo, maior será seu poder de refração e mais as imposições externas serão transfiguradas, a ponto, frequentemente, de se tornarem perfeitamente irreconhecíveis.

Adriano Rodrigues (1990, p. 143) propõe que "um campo social constitui uma esfera de legitimidade". Observando que "cada um dos campos sociais coexiste com uma multiplicidade de outros campos, compondo entre si [...] as funções expressivas e pragmáticas e as formas simbólicas de visibilidade". (RODRIGUES, 1990, p. 149) O autor oferece, em 1990, uma boa percepção sobre a instauração do "campo dos media" na sociedade. De modo pertinente para o que se percebia ao final da década de 1980, propõe que

> [...] a legitimidade do *campo dos media* é de natureza predominantemente vicária ou delegada. A fonte da sua legitimidade resulta de um processo de autonomização de uma parte das funções de mediação dos outros campos sociais, autonomização exigida pelo processo generalizado de disseminação das esferas da experiência no mundo moderno. (RODRIGUES, 1990, p. 155)

Entretanto, na sociedade em midiatização, já não se podem apreender os processos sociais segundo essa inclusão de um campo especial,

através da cessão de mediações pelos outros campos ao campo mediático. Em nossa aproximação do conceito, resistimos à perspectiva de que a midiatização da sociedade seja simplesmente decorrente da "ação dos meios", seja pela incidência da indústria cultural ou como decorrência direta da inovação tecnológica, ou da ação dos ambientes institucionais/profissionais que, em torno de tais processos, caracterizam o "campo dos media".

É certamente válido fazer referência a um "campo dos media", restrito, entretanto como um dos espaços – aquele do delineamento institucional/profissional mais evidente, e para o qual as universidades principalmente oferecem sua formação em Comunicação. Mas esse campo não é "o responsável" pela midiatização da sociedade, senão na medida em que todos os campos sociais igualmente o são, cada um com sua incidência específica. Fausto Neto (2008, p. 92) considera que

> já não se trata mais de reconhecer a centralidade dos meios na tarefa de organização de processos interacionais entre os campos sociais, mas de constatar que a constituição e o funcionamento da sociedade – de suas práticas, lógicas e esquemas de codificação – estão atravessados e permeados por pressupostos e lógicas do que se denominaria a 'cultura da mídia'.

O surgimento de modos diversificados para interagir na sociedade, a intensidade da circulação simbólica, o surgimento de articulações e de fricções onde anteriormente os processos principais podiam ser conduzidos pelas lógicas de campos específicos e por negociação em zonas de fronteira entre campos – tudo isso leva à necessidade de processos experimentais pela sociedade em sua abrangência.

Seja para fazer de outro modo as mesmas coisas, seja para acionar processos antes não viáveis – ou nem sequer pensáveis –, todos os setores da sociedade são instados, pela própria predominância da midiatização "como processo interacional de referência" (BRAGA, 2007), a se articularem através de circuitos pouco habituais. A midiatização geral da socie-

dade torna inevitável a continuidade entre processos mediáticos e outros processos interacionais de sociedade – que se relacionam crescente e diversificadamente com as interações midiatizadas.

O uso de processos tecnologicamente acionados para a interação já não é mais um "fato da mídia" (campo social) – assim como a cultura escrita não é um fato das editoras, dos autores e das escolas, exclusivamente. Esses dois grandes processos culturais (hoje com fortes interpenetrações) são antes de tudo fatos comunicacionais da sociedade.

Na prática social encontramos, então, sobretudo circuitos. Cada setor ou processo de sociedade participa de circuitos múltiplos. Com a midiatização crescente, os campos sociais, que antes podiam interagir com outros campos segundo processos marcados por suas próprias lógicas e por negociações mais ou menos específicas de fronteiras, são crescentemente atravessados por circuitos diversos.

Esses circuitos contemporâneos envolvem momentos dialógicos, momentos "especializados"; momentos solitários – o mundo circula em nosso *self* – e momentos tecno-distanciados, difusos. Todos esses momentos se interferem – se apoiam às vezes, certamente se atrapalham. Uma percepção que ocorre, diante de tais processos, a exigir elaboração reflexiva, é que com frequência se caracterizam como "circuitos canhestros", exatamente porque tentativos.

A cultura comunicacional mediadora passa a ser caracterizada por tais processos fortemente tentativos. O que importa assinalar, em nível distinto das observações genericamente recusadoras ou deslumbradas, é que a passagem do estranhamento à absorção como cultura não se faz apenas por uma "habituação" – mas sim, fortemente, por invenção social. A cultura da midiatização em implantação se faz por experimentação. É claro que processos inventados socialmente e historicamente tornados vigentes podem resultar valoráveis ou negativos – e geralmente são, de modo tensionado, bons ou maus conforme as circunstâncias – o que significa que devem ser criticados com especificidade.

Os diferentes campos sociais, no seu trabalho de articulação com o todo social, desenvolvem táticas e usos para as tecnologias disponíveis, moldando-as a seus objetivos. Ao experimentarem práticas mediáticas, ao se inscreverem, para seus objetivos interacionais próprios, em circuitos midiatizados, ao darem sentidos específicos ao que recebem e transformam e repõem em circulação – os campos sociais agem sobre os processos, inventam, redirecionam ou participam da estabilização de procedimentos da midiatização. Essa processualidade interacional inevitavelmente repercute sobre o próprio perfil do campo – por exemplo, incidindo sobre o equilíbrio das forças que o desenham em dado momento, abrindo possibilidades para determinadas linhas de ação e fechando outras, exigindo diferentes tipos de ajuste ao contexto. Mas isso também requer invenção social.

Além dessas "ações institucionais" de ajuste do próprio campo ao ambiente midiatizado, ações "novas" se desenvolvem no contexto, que remetem a desafios antes não acionáveis e para os quais não há respostas prontas. Algumas dessas ações são diretamente "subversivas", como assinala Victor Folquening (2011) – correspondendo à possibilidade de agentes externos a um campo social (inclusive agentes individuais) de produzir incidências sobre um campo estabelecido a partir de pontos externos a este, uma vez que consigam estimular circuitos ou dispositivos interacionais tentativos que encontrem ressonância no próprio campo ou em suas áreas de entorno. Isso pode ocorrer porque todos os campos sociais, na sociedade em midiatização, parecem estar mais atrelados a necessidades de interação "externa", mesmo à custa de não poder impor suas próprias lógicas para dizer "suas coisas".

Paralelamente, determinados agentes com posição interna em um campo social – e utilizando o capital social aí amealhado – passam a interagir com o ambiente externo fora das lógicas estritas mais habituais desse campo, acionando processos e lógicas diferidos e difusos, próprios da midiatização. Mesmo quando tais processos de circulação encontram

uma recusa crítica por parte dos grupos definidores e controladores das "lógicas do campo" (no estado atual do jogo de forças), o capital social anteriormente acumulado por aqueles agentes, complementado pelos capitais da "aceitação externa", modifica as relações de forças internas.

Por todas estas razões, a capacidade de refração dos campos se encontra inevitavelmente diminuída, em todo caso "deformada" por comparação ao desenho estabelecido. Outra maneira de expressar isso seria considerar que a "esfera de legitimidade" estabelecida pelos diferentes campos sociais se encontra agora constantemente em risco, devendo ser continuadamente reconsiderada e reelaborada.

Exemplos podem se multiplicar – basta observar a incidência das aprendizagens não-controladas pelo campo educacional; ou a difusão de falas em modo diferido e difuso com relação a campos que asseguram, habitualmente, um contato controlado entre seus especialistas e o público atendido, como é o caso da medicina e do campo psicológico. Mesmo no espaço profissional estabelecido da comunicação social – os meios institucionalizados –, observamos a incidência de uma sobre-midiatização, quando diferentes pessoas e instituições envolvidas em fatos de atualidade se deslocam da situação de "fonte" – isto é, de fornecedores de uma informação que deve ainda passar pelo crivo interpretativo-seletivo de um jornalista – para uma posição de informadores "diretos", com base em uma reivindicação de credibilidade por se vincularem diretamente ao acontecimento relatado.

São apenas exemplos – mas parece suficiente para esclarecer nossa proposição. Não estamos sugerindo que os campos sociais se diluirão em favor de uma espécie de "comunicação direta" da sociedade através de redes difusas. Mas afirmamos que as mudanças decorrentes de processos de interação "em midiatização" modificam (e modificarão crescentemente) o perfil, os sentidos e os modos de ação dos campos sociais; que outros campos se desenvolvem; e sobretudo que os modos de interação entre os campos sociais e entre cada um destes e a sociedade ao largo continuarão a se modificar.

Pelo menos até que, eventualmente, após um período de forte experimentação social, aos poucos se desenvolva algum tipo de estabilidade de processos, nosso foco de estudos envolve estarmos atentos para esses aspectos "tentativos". Devemos enfatizar que, embora esse impulso de experimentação estimule certamente a inovação tecnológica, essas tentativas se demarcam sobretudo como buscas de procedimentos interacionais.

É nesse âmbito de processos – de natureza comunicacional – que muitas questões sociais se encontram em jogo. Estudar circuitos é relevante para compreender a sociedade em midiatização – justamente porque não prevalecem aí, simplesmente, as lógicas deste ou daquele meio, nem mesmo as lógicas preferenciais de determinados tipos de meios. Assim, não é interessante contrapor os meios digitais aos meios de massa como se fossem caracterizadores de diferentes mundos. Cada circuito compõe diferentes articulações entre o massivo e o digital, engastando ainda, aí, o presencial e a escrita.

CONCLUSÃO

Do que foi referido acima, decorre que não atribuímos os processos da midiatização a nenhum setor prioritário da sociedade. Aparentemente, por um concurso de circunstâncias históricas, relacionados a necessidades, interesses e reivindicações de diferentes setores sociais, ingressamos em um período de intensificação da interação social, com valorização generalizada e forte autopercepção dos processos relacionados, de seus movimentos, objetivos e estratégias. No momento atual, inferimos um determinado conjunto de características gerais que parece expressar tais processos.

Dentro da visada antes afirmada, de ir além do nível reflexivo e ensaístico para observar alguns ângulos pertinentes para pesquisa empírica, queremos enfatizar que os conceitos e características que referimos não se propõem como "explicações" sobre a sociedade em midiatização. Não considero que tais características sejam "essências" que estejam em ação

na sociedade, dirigindo doravante os processos segundo os quais a sociedade conversa com a sociedade. Além disso, não consideramos aquelas "lógicas" como em si negativas ou positivas: são apenas processos gerais que apresentam ênfase e reiteração suficientes, à observação, para que os consideremos ângulos merecedores de estudo empírico, de inquirição para perceber como – a cada caso e segundo que direcionamentos específicos – se manifestam na sociedade.

No presente artigo, referimos algumas lógicas e processos que se apresentam com frequência, que podem então se destacar como alguns dos modos pelos quais a midiatização se instala. Podem servir, nesse nível, como heurísticas para investigações específicas – através das quais deve-se obter uma percepção mais clara das próprias lógicas, ou sua substituição por outras, mais afinadas com a realidade.

Encontramos uma circulação em fluxo contínuo, relacionada à geração de circuitos complexos – em dois sentidos: pela variedade de ambientes atravessados; e pela diversidade de processos, meios e produtos articuláveis ao circuito. Os circuitos mais marcados pela midiatização da sociedade atravessam os campos sociais estabelecidos, abalando sua capacidade de refração e o desenho de sua esfera de legitimidade. Em tais circuitos, aparece frequentemente um foco no polo receptor, produzindo o que chamamos de "contrafluxo de escuta".

Um mote frequente na sociedade em midiatização se refere à presença e à relevância de "novas tecnologias" como geradoras ou viabilizadoras de processos e de dispositivos interacionais igualmente inovadores. De nossa parte, relacionamos sempre a tais inovações uma "invenção social" que dá sentido à tecnologia – ao mesmo tempo em que a inovação estimula constantemente essa inventiva social. O que chamamos de "dispositivos interacionais" não corresponde ao aspecto tecnológico (o aparato), mas sim a matrizes sociais que vão sendo tentativamente elaboradas para assegurar interação – e que podem ser acionadas culturalmente. Com esse processo, os dispositivos e os circuitos sociais se

caracterizam por uma necessidade de experimentação que evidencia a comunicação como "tentativa".

Um dos principais processos de socialização e de formação no ambiente da midiatização passa a ser, diretamente, um trabalho tentativo, de experimentação – quer isso ocorra através de um acesso intensivo aos processos de rede social, quer se refira a uma permeação nos meios ditos de massa, tomados como referência para interações ou como base para processos interacionais derivados.

Não existindo (por definição) critérios prévios para aquilatar essa experimentação, os processos tentativos se assinalam frequentemente como "canhestros" – dependendo do exercício social para ajustes e correções de percurso.

Embora os processos sociais se voltem para maximizar a instantaneidade da circulação, paralelamente vê-se ampliada sua potencialidade para a circulação diferida e difusa, dada a permanência possível dos produtos e das falas em geral; assim, os ritmos da circulação se encontram modulados por articulações diversas possíveis entre as táticas da instantaneidade que procuram abreviar o tempo de acesso e de circulação; e as táticas de acervo, voltadas para a permanência e para a recuperação.

O fato de que os circuitos em desenvolvimento tenham a tendência assinalada, de "atravessar" os campos sociais estabelecidos – mesmo quando o ponto de origem de um circuito é um desses campos, como, por exemplo, o educacional –, leva a uma espécie de "recontextualização". As referências habituais se encontram deslocadas ou complementadas por referências menos habituais – fazendo com que os próprios circuitos em desenvolvimento elaborem e explicitem os contextos requeridos para atribuição de sentidos aos produtos e falas que circulam.

Tudo isso faz perceber que "midiatização" não se confunde com "ações da indústria cultural". Esta fornece apenas um subconjunto de processos e de referências e, eventualmente, partes de circuitos – que entretanto são diferentemente acionadas, apropriadas ou redirecionadas por outros

agentes sociais. Mais, então, que por um "foco na mídia", percebemos hoje a midiatização da sociedade como uma criação e recriação contínua de circuitos, nos quais, articulados com processos de oralidade e processos do mundo da escrita, os processos que exigem ou exercem intermediação tecnológica se tornam particularmente caracterizadores da interação.

Entretanto, tais possibilidades são muito diferentemente acionadas a cada caso, por cada campo social ou setor de campo, ou ainda por participantes sociais reivindicadores de perspectivas diferentes daquelas já estabelecidas. Não são as características gerais da midiatização que "dizem" o social – mas sim os modos pelos quais sejam historicamente acionadas. Mais exatamente, os acionamentos é que vão produzindo aquelas características. Por isso mesmo, as proposições que apresentamos aqui não são tentativas de "explicação" – mas sim ângulos a serem estudados.

Os encaminhamentos dados a tais características, as ponderações diferenciadas entre elas, e mesmo sua confirmação ou não como caracterizadores abrangentes da midiatização dependerão justamente das experiências e processos, de seu sucesso relativo, das validades sociais que venham a ser encontradas e eventualmente prezadas pela sociedade.

Isso corresponde a dizer que, na sociedade em midiatização, não são "os meios", ou "as tecnologias", ou "as indústrias culturais" que produzem os processos – mas sim todos os participantes sociais, grupos *ad-hoc*, sujeitos e instituições que acionam tais processos e conforme os acionam.

O estudo da midiatização não corresponde, então, a explicar ocorrências singulares pela indicação das lógicas supostamente inexoráveis que se encontrariam em ação. Corresponde, antes, a estudar minuciosamente aquelas experiências sociais de produção de circuitos e de dispositivos interacionais para, através das percepções aí obtidas, identificar os riscos, os desafios, as potencialidades e os direcionamentos preferenciais; procurando perceber como estão se encaminhando as mediações comunicativas da sociedade e – sempre que relevante – tentando incidir praxiologicamente sobre elas.

Assim, voltando aos dois termos que compõem a temática geral definida pela Compós para 2012, percebemos que, longe de caracterizar uma contraposição ou ruptura entre ambos, a midiatização se põe hoje como principal mediação de todos os processos sociais. Acredito que isso corrobora e desdobra a afirmação de Jesús Martín-Barbero referida no início do texto, de ter passado de uma proposição sobre “mediações culturais da comunicação”, para uma ênfase nas “mediações comunicativas da cultura”. São os processos da midiatização que hoje delineiam e caracterizam, crescentemente, as mediações comunicativas da sociedade.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. *Os usos sociais da ciência*: por uma sociologia clínica do campo científico. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

BRAGA, José Luiz. Midiatização como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, Ana Sílvia; ARAUJO, Denize Correa; BRUNO, Fernanda (Org.). *Imagem, visibilidade e cultura midiática*: livro da XV Compós. Porto Alegre: Sulina, 2007.

______. Nem rara, nem ausente – tentativa. *Matrizes*, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 65-81, jul./dez. 2010.

______. *A sociedade enfrenta sua mídia mídia*: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Editora Paulus, 2006.

______. La política de los internautas es producir circuitos. In: CARLÓN, Mario; FAUSTO NETO, Antonio (Org.) *Las políticas de los internautas*. Buenos Aires: Editora La Crujia, 2011.

CAMPBELL, Donald. Apresentação. In: YIN, Robert K. *Estudo de caso*: planejamento e métodos. Porto Alegre: Artmed, 2005.

FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma analítica da midiatização. *Matrizes*, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, abr. 2008.

______. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra (Org.) *Mediatización, Sociedad y Sentido*: diálogos entre Brasil y Argentina. Rosario, Argentina: Departamento de Ciências de la Comunicación, Universidad Nacional de Rosario, 2010. p. 2-15. Disponível em: <http://www.fcpolit.unr.edu.ar/wp-content/uploads/Mediatizaci%C3%B3n-sociedad-y-sentido.pdf>.

FOLQUENING, Victor. Contrabando cristão nas fronteiras da mídia. 2011. Projeto de pesquisa de doutorado – título provisório.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Uma aventura epistemológica. Entrevistador: Maria Immacolata Vassallo de Lopes. *Matrizes,* São Paulo, v. 2, n. 2, p. 143-162, jul./dez. 2009.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1990.

SÁ, Simone Pereira de; HOLZBACH, Ariane. #u2youtube e a performance mediada por computador. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 19., 2010. Rio de Janeiro. *Anais*... Rio de Janeiro: Compós, 2010.

VERÓN, Eliseu. Interfaces. *Sobre la democracia audiovisual evolucionada*. 1998. Disponível em:http: <//scholar.google.com.br/scholar?q=Interfaces+sobre+la+democracia +audiovisual+evolucionada&hl=pt-BR&btnG=Pesquisar&lr=>. Acesso em: 10 set. 2011.

Medium, *media*, mediação e midiatização
a perspectiva germânica

MARCO TOLEDO BASTOS

ὥστ᾽ ἀναγκαῖόν τι εἶναι μεταξύ
luego ha de ser bajo la acción de un agente intermedio
(é portanto necessária a ação de um agente intermediário)
Tradução do original de Aristóteles por Calvo Martínez
(Aristoteles, 1978)

ὥστ᾽ ἀναγκαῖόν τι εἶναι μεταξύ
quare necesse est aliquod esse medium
(por conseguinte, o medium é uma necessidade)
Versão do texto de Aristóteles por Tomás de Aquino
(Aquinas, 1968)

MEDIUM

Medium, media, mediação e midiatização são estratos conceituais que se referem a um mesmo conjunto de fenômenos. Os conceitos se encavalam e formam um rocambole teórico que orienta as pesquisas em *media* e comunicação no Brasil e na Alemanha, não obstante a ausência de uma definição consensual. (STRÖMBÄCK, 2008) Eisenlohr (2011) argumenta que o conceito de *medium* traz um excesso de definições que impossibilita qualquer sentido unificado. Em uma sondagem realizada por Münker

e Roesler (2008) junto à área de Comunicação na Alemanha, foram levantadas as seguintes definições para o conceito de *medium*: roda e espelho (MCLUHAN, 1964); bola de futebol, sala de aula e sala de espera (FLUSSER, 1997); rua, sistema eleitoral e greve geral (BAUDRILLARD, 1972); cavalo, dromedário e elefante (VIRILIO, 1984); gramofone, filme e máquina de escrever (KITTLER, 1993); dinheiro, poder e influência (PARSONS, 1968); arte, religião e amor (LUHMANN, 1997). O levantamento de Münker confirma a tese de Patrick Eisenlohr de que qualquer coisa pode ser um *medium*.

A história do vocábulo *medium* é curiosa. O *Vocabulário Portuguez e Latino* (BLUTEAU, 1712-1728), cujos 16 volumes foram publicados originalmente na primeira metade do século XVIII, registrou o termo "mediação" como a "intervenção daquelle que anda negoceando algum concerto entre partes definidas" (BLUTEAU, 1712-1728, p. 384); uma acepção convergente com o conceito de midiatização na língua alemã. Também registrou "medianeiro" como "aquelle por cuja intervenção se trata, ou se conclue, algum negocio". Além disso, o dicionário introduziu o registro de "meyo" como "qualquer espediente, industria, razão, artificio, invenção que serve para conferir alguma cousa" (BLUTEAU, 1712-1728, p. 384). Já o *Diccionario da Lingua Portugueza* de Antônio de Moraes Silva (1789-1813), primeiro compêndio gramatical editado por um brasileiro, registrou os vocábulos "médio" como "algo que media entre outras" (SILVA, 1789-1813, p. 281); "intermédio" como "de permeyo; entre uma coisa e outra" (SILVA, 1789-1813, p. 173); "meio" "como o lugar, ou a parte entre os extremos, que dista delles igualmente" (SILVA, 1789-1813, p. 283); "entremeio" como *o* "espaço medio entre duas coisas" (SILVA, 1789-1813, p. 716) e "mediação" como "interposição de graça, autoridade, valimento, amizade, para reconciliar desavindos". (SILVA, 1789-1813, p. 280) Registrou, por fim, o vocábulo "mediar" como "estar no meyo de ditas coisas; que medía entre as terras de ambos". (SILVA, 1789-1813, p. 280) É sintomático que o dicionário de Antônio de Moraes Silva já trouxesse o substantivo "mediação" e o verbo "mediar", definidos como in-

terposição e reconciliação. Outra curiosidade desse dicionário é a sugestão do autor de evitar a flexão "mediar", uma vez que "medía equivoca-se com o imperfeito do indicativo de Medir". A sugestão de Antônio de Moraes Silva oferece uma explicação plausível, embora anacrônica, para a estranha mutação do vocábulo *media*, plural de *medium*, para mídia, resultado da transliteração da pronúncia anglófona do vocábulo latino *media*.[1]

A trajetória do vocábulo *medium* nas línguas portuguesas e alemãs oferece um paralelo rico em contrastes. O léxico conversacional de Herder (2005), publicado originalmente em 1856, já trazia o vocábulo *medium* enquanto os dicionários brasileiros se afastavam do radical latino. O léxico universal de Pierer (1855) também trazia o termo *medium* e divagava sobre suas raízes latinas e incorporações gregas. Apresentava também a acepção religiosa de *medium* como uma pessoa que medeia os espíritos e o mundo material. De todo modo, tanto os dicionários alemães como os brasileiros se abstiveram de apresentar uma definição de *medium* vinculada a dispositivos técnicos como o telégrafo, que já havia sido inventado por Samuel Morse em 1813. Afora a gramática grega, um epigrama latino e o debate religioso, não há nenhuma dotação para o vocábulo *medium* que o aproxime da definição comunicacional hodierna. De fato, comenta Elena Esposito (2008), nós dispomos de uma multidão de teorias da mídia, mas infelizmente não contamos com nenhuma teoria do *medium*.

---

1 Optamos por utilizar a terminologia media e mídia nesse texto. Sacrificamos com isso uma possível uniformidade léxica e um suposto rigor linguístico ao não nos definimos entre as formas mídia/medium e mídias/media. Nossa escolha se explica, por um lado, em função da necessidade de dialogar com a etimologia do vocábulo media, que é a forma latina para o plural de medium/meios. Por outro lado, nossa escolha também é refém da patente incorporação do vocábulo mídia pelos dicionários brasileiros. (AURÉLIO, 1986; AULETE, 1987; HOUAISS, 2001) O verbete mídia, no Dicionário Aurélio, apresenta sete acepções e forma quatro locuções. (AURÉLIO, 1986) O mesmo verbete registra, no Dicionário Houaiss, seis acepções e cinco locuções. (HOUAISS, 2001) Ainda de acordo com o Houaiss (2001), o registro do vocábulo mídia na língua portuguesa data de 1960, portanto um registro anterior ao estabelecimento do próprio campo de pesquisa em comunicação no Brasil. Poderíamos verter mídias como média, como ocorreu entre os portugueses, mas a dinâmica do português brasileiro optou por mídia em razão da correlação com a expressão norte-americana mídia de massa – mass media. Essa conjectura se soma àquela aventada por Antônio de Moraes Silva e oferece uma hipótese para a origem do registro mídia.

A consolidação do conceito de *medium* foi gradual e progressiva. Hegel (1993) discutiu o conceito longamente no quadro de seu sistema filosófico; Novalis (1826) relacionou *medium* e natureza; e Rilke (1976) vinculou o *medium* à obra de arte. Mas a trajetória filosófica e literária do vocábulo não incorporava a acepção comunicacional. Embora o conceito de *medium* já trouxesse uma mensagem antes mesmo da difusão global do conceito na década de 1960 do século XX (HAGEN, 2008), foi durante a década de 1950 que o conceito de *medium* começou sua próspera carreira. (GUILLORY, 2010) De acordo com Münker e Roesler (2008), um dos marcos históricos da ascensão do conceito ocorreu em 1964 quando Marshall McLuhan publicou *Understanding Media*, seu livro mais popular. Apesar de McLuhan descrever os *media* no primeiro capítulo com uma ampla gama de objetos, incluindo dinheiro, energia e munição, ele recua no segundo capítulo para uma definição de *medium* que inclui apenas rádio, televisão, telefone e os demais meios de comunicação de massa.

O conceito de *medium* na tradição alemã é, contudo, um desenvolvimento da acepção seminal oferecida por Aristóteles (1978). A base do *Medienapriorismus* germânico está na tese aristotélica que relaciona meio e forma. Aristóteles argumenta, por exemplo, que a atividade da visão requer o *medium* ar. Para Aristóteles há sempre um atributo sensível que causa um movimento no *medium* (ar, água ou terra), que por sua vez produz movimento nos órgãos do sentido. Com isso, os corpos só são percebidos na medida em que atributos sensíveis movimentam o *medium*. A definição aristotélica de *medium*, assim como a maior parte de sua obra, foi difundida no mundo islâmico pelos trabalhos e traduções de Al-Kindi, Al-Farabi e Averroes, mas permaneceria desconhecida no mundo ocidental até a tradução tardia para o Latim, sobretudo nas versões de Alberto Magno e nos comentários de Tomás de Aquino, que não dominava o grego, mas cujas versões latinas do século XII, orientadas pela teologia cristã, seriam decisivas para a divulgação do *corpus aristotelicum* na Europa ocidental. Hagen (2008) comenta que o conceito aristotélico de *medium*

demoraria mais de um milênio para chegar à Europa, e sua adoção só ocorreria *a posteriori* na era moderna. Foram nos comentários de Tomás de Aquino sobre o *De Anima*, especialmente no capítulo 30 de *Sentencia Libri de Anima* de 1267-1268, e que mais tarde apareceriam em *Quaestiones de Anima* de 1269, que o conceito de *medium* é introduzido de maneira inédita no mundo europeu. (AQUINAS; ROBB, 1968)

Mas a acepção comunicacional do conceito de *medium* só começou a tomar forma a partir da obra do austríaco Fritz Heider, cujo pensamento foi influenciado pelo *corpus aristotelicum*. Para Heider (1921), um *medium* compreende uma massa de elementos reunidos de modo disperso e transigente, sem nenhuma configuração fixa, mas que adquirem uma forma rígida tão logo alguma força se aplique sobre o *medium*. "Um medium é algo que percebemos como um vazio – um nada – formando com isso uma unidade de ordem inferior". (HEIDER, 2005, p. 65) Essa definição alargada de *medium* terminaria por contaminar todo o pensamento germânico sobre comunicação e *media*. Harry Pross (1972), por exemplo, se aproximou de Heider ao definir o *medium* como um espaço vazio e intermediário que quando preenchido permite a mediação. Também Niklas Luhmann (1997) definiria o conceito de *medium* de acordo com as formulações de Heider, apresentando o conceito de *medium* (meio) como um par oposto ao de forma. Meio e forma consistem em um sistema binário que atravessa toda a sociologia luhmanniana e funciona como um mecanismo heurístico para os processos sistêmicos. Essa polaridade pode ser explicada na relação entre um contínuo disperso e contingente de elementos e uma força que lhe imprime um formato. Uma montanha de areia ou uma multidão dispersa de indivíduos, por exemplo, constituem um *medium*, que se converte em forma tão logo uma força se aplique a esse meio. Assim, o caminhar na praia empresta a forma de pegadas no contínuo disperso da areia, e a reunião efêmera de indivíduos dispersos forma a opinião pública. Um meio se condensa em uma forma e essa dinâmica catalítica altera a disposição dos elementos sem transformar sua natureza.

Desse modo, a relação entre forma e medium na tradição germânica consiste em disposições binárias em que um medium ganha forma em decorrência de uma força misteriosa. Porque um meio não tem desenho definido, ele não oferece resistência à imposição de formas, que se aplicam livremente e emprestam novas ligações – isto é, novas formas – aos elementos do medium. As pegadas na areia impõem um acoplamento rígido que o meio areia (desprovido de integração entre seus grãos) não tinha até então. Os objetos só são percebidos em razão da forma, que é rígida, em contraste com o meio, que é flexível. Os media surgem a partir da união frágil de elementos superabundantes, como grãos de areia, ar, ou luz, enquanto a forma é uma seleção invariavelmente temporária. Niklas Luhmann (1997; 1999) aplica esse modelo binário a uma série de objetos, como o dinheiro, o poder, a arte, a verdade científica, o amor e a opinião pública, ocasião em que a consciência das pessoas pode ser descrita como um medium. Mas Luhmann não explica, fiel à tradição aristotélica, que força é essa que se aplica ao meio e lhe transforma em forma.

A distinção dinâmica oferecida pelo binômio meio e forma foi fundamental para o conceito de mídia da tradição germânica. Essa acepção dinâmica contrasta frontalmente com a tradição norte-americana de pesquisa em comunicação, onde os meios constituem objetos empíricos de uma realidade comum. Na tradição germânica não existe um *medium* sem uma forma, nem uma forma pode existir sem um *medium*. Com isso, um *medium* não chega a constituir um objeto de pesquisa, uma vez que objetos como a televisão, o rádio ou o jornal não configuram um *medium*, mas uma modulação a partir da qual a manifestação de formas pode ser observada. Aquilo que a pesquisa empírica em comunicação entende como *medium* aparece na escola alemã como uma modulação, isto é, como uma camada de tradução entre *medium* e forma. Nessa perspectiva epistemológica não é possível observar um *medium*, uma vez que os meios se manifestam apenas indiretamente. Qualquer tentativa de abordagem direta do *medium* leva inevitavelmente a outra forma dentro de outro *medium*.

MEDIA

A diferença no tratamento dedicado ao conceito de *media* nos programas de comunicação francófonos, anglófonos, germânicos ou brasileiros teve impacto decisivo nas pesquisas de mediação e midiatização. Para as pesquisas em comunicação e para os estudos culturais, o conceito de *media* é normalmente empregado para se referir aos estudos tradicionais de *mass media* que compreendem imprensa, rádio, televisão e novas mídias. Esse entendimento atravessa toda a tradição anglófona e se manifesta na obra de Marshall McLuhan, que optou por um conceito de *media* instrumentalizado e unidimensional. Essa cristalização do conceito de *media* na conjuntura anglófona foi consequencia do encontro da tradição empírica anglófona com a tradição idealista germânica, difundida por intelectuais austríacos, judeus e alemães que imigraram ou foram retrabalhados no contexto anglófono, a exemplo de Paul Lazarsfeld, Walter Benjamin, Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Siegfried Kracauer, Hans Magnus Enzensberger e Joseph Weizenbaum. A questão sobre a reprodução técnica surgiu para todos esses autores e foi, em um primeiro momento, unificada sob a égide da indústria cultural, e em um segundo momento, integrada às pesquisas sobre os *media*.

O conceito de *media* foi introduzido no Brasil por meio da tradução dos textos clássicos da área em coletâneas organizadas e publicadas durante as décadas de 1970 e 1980. A primeira delas, publicada pela Editora da Universidade de São Paulo, foi a coletânea de textos clássicos sobre comunicação e mídia organizada por Gabriel Cohn (1971) e editada sob o título *Comunicação e Indústria Cultural*. Outra obra fundamental, e que também apresentava os textos clássicos dos estudos da mídia, foi organizada Luiz Costa Lima (1978) e publicada pela Editora Paz e Terra sob o título *Teoria da Cultura de Massa*. Essas obras introduziam o leitor brasileiro aos textos de Walter Benjamin, Theodor W. Adorno e Paul Lazarsfeld, apresentando as mídias de massa a reboque do conceito de comunicação, que já na década de 1970 começava a estruturar os primeiros programas de mestrado, e na década de 1980,

os primeiros departamentos e centros de pesquisa em comunicação e mídia. Ao mesmo tempo em que o conceito de comunicação servia de diretriz para a criação de todo um campo do saber no Brasil, o conceito de mídia tendia a se aproximar da definição anglófona, que entende o *medium* e os *media* como dispositivos comunicacionais, isto é, como objetos de pesquisa da comunicação que dispensam maiores considerações teóricas. Com isso, os meios de comunicação de massa e os *media*, entendidos em sua acepção ampla, eram unificados em um programa de pesquisa sob a égide do conceito de comunicação – e não do conceito de mídia.

A trajetória do conceito na Alemanha foi outra. A pesquisa germânica em comunicação chegava, nas décadas de 1970 e 1980, a um consenso que advertia contra a unidimensionalidade do conceito de *media* empregado nas pesquisas de orientação empírica. (HÖRISCH, 2001; 2004) De acordo com Esposito (2008), as pesquisas de comunicação precisavam de um conceito mais abstrato de *media* que incluísse e enfrentasse a onipresença dos meios de comunicação de massa. A teoria da mídia alemã é fruto desse contexto de renovação acadêmica iniciado nas décadas de 1970 e 1980 que contaminou diversos departamentos das Ciências Humanas. Surgem, no contexto alemão, uma miríade de faculdades e institutos dedicados ao estudo das mídias, uma estrutura universitária ausente no resto do mundo. (WINTHROP-YOUNG, 2008) O conceito de *media* é retomado nesse período como uma ferramenta heurística que permite o estudo integrado de diversas disciplinas; "um conceito sem o qual não existiriam os meios de comunicação de massa, a opinião pública ou mesmo a esfera pública". (SCHMIDT, 2008, p. 152) Com isso, os estudos de comunicação desse período desenvolvem um conceito de *media* que contrasta com o sentido oriundo das pesquisas administrativas de comunicação, onde os *media* são identificados exclusivamente em termos de *mass media*, que por sua vez eram traduzidos por meios de difusão como a televisão, o rádio e os jornais.

O conceito de *media* também serviu à reorganização institucional da área de comunicação na Alemanha. A estrutura alemã de educação e

pesquisa, ainda devedora do desenho humboldtiano, relegava o conhecimento comum aos colégios ou faculdades técnicas e identificava as universidades como um espaço para ideias sempre novas. Esse sistema coagia as universidades a uma revolução permanente das ideias, tendência que se viu reforçada durante o pós-guerra face às múltiplas e constantes reformas administrativas. A permanente renovação das ideias explica o entendimento de Gumbrecht e Pfeiffer (1994), para quem a escola de mídia alemã surgiu como uma reação ao trauma fundamental das Ciências Humanas de ser um saber que não pertence a esse mundo. A teoria de mídia teria emergido de dentro dos departamentos de literatura alemã com base em fundamentos epistemológicos que negam esse trauma que acompanha as humanidades desde seu surgimento no século XIX. Esses fundamentos assumem que deve haver sempre alguma referência, isto é, deve sempre haver alguma coisa fora do texto e para além da hermenêutica. O conceito de substância é então constantemente retomado, enquanto o império do sujeito é terminantemente revogado. Essas poucas proposições teóricas foram suficientes para criar um espaço que só o conceito de *media* poderia preencher.

Os planos institucionais e acadêmicos ofereceram as condições necessárias para que a teoria da mídia alemã desenvolvesse nas últimas décadas do século XX um conceito de *media* trans-histórico e dependente da noção de medialidade (*Medialität*). Dentro desse diagrama de conceitos, qualquer material ou transmissor imaginário de informações pode ser definido como um *medium*. Com isso, computadores, livros ou mesmo anjos podem ser circunscritos nessa definição de *medium*.

Essa noção de *media* substitui, com isso, a noção semiótica e estruturalista de signo, que por sua vez substituíra a noção de cultura nos Estudos Culturais ou o conceito de espírito na filosofia hegeliana. *Media* se torna um conceito-chave na reorganização, no cenário alemão, das humanidades em "estudos da cultura". Isso porque a transversalidade do conceito de *media* permitia a criação de um terreno comum às diversas disciplinas das Ciências

Humanas. Uma vez que um objeto de pesquisa como "memória" fosse considerado como um *medium* – no sentido de medialidade – era então possível reunir estudiosos de Cinema, Literatura, História, Filosofia e Antropologia em um mesmo congresso para debater e publicar seus trabalhos individuais em uma antologia sobre o tema "memória". Esses estudos da cultura permitiam a reunião de diversas áreas do saber e contrastavam com os Estudos Culturais de origem anglófona. (CRAMER, 2009)

Mas a evolução das escolas e conceitos não é linear. Os Estudos Culturais da Escola de Birmingham, por exemplo, surgiram da adaptação da sociologia da cultura alemã desenvolvida na década de 1970, que paulatinamente se descolava da influência da Escola de Frankfurt. Enquanto isso, na Alemanha, os estudos da cultura caminhavam em um sentido contrário àquele da Escola de Birmingham. Relançados na década de 1990, os estudos da cultura germânicos tentavam superar os postulados marxistas da sociologia da cultura e sua orientação política balizada pela agenda da Guerra Fria, uma tendência crescente no período posterior à queda do muro. Do ponto de vista anglófono, é possível dizer que as pesquisas históricas de Anthony Grafton (2007) são exemplos de estudos da cultura, enquanto as obras oriundas dos Estudos Culturais da Escola de Birmingham não incorporam essa perspectiva dos estudos da cultura germânicos. Essa diferença fica patente nas pesquisas realizadas pelo grupo de Friedrich Kittler, que no início dos anos 1990, portanto antes da bolha de estudos sobre internet, analisaram os sistemas de notação em processadores e chips Intel e em sistemas operacionais da Microsoft. Essas pesquisas diferem substancialmente dos trabalhos em Estudos Culturais porque entendem que as novas mídias não são resultado de uma determinada cultura e economia, mas um *a priori* cultural (*Medienapriorismus*). Com isso, a tecnologia não é compreendida como uma construção social, mas como um fato ontológico cuja segunda natureza define as condições da cultura.

De modo resumido, é possível dizer que o conceito de *media* no cenário alemão se refere menos a objetos de pesquisa e mais a um paradig-

ma de pesquisa, no sentido intencionado por Thomas Kuhn. Em outras palavras, o conceito de *media* não faz referência a fenômenos ou objetos da vida real que poderiam ser observados e analisados criticamente – seguindo hipóteses de pesquisa empírica ou eixos de investigação teórica. Pelo contrário, o conceito de *media* é empregado como um dispositivo teórico que permite incluir diferentes fenômenos artísticos e discursivos – da literatura medieval do século XIX às pesquisas médicas atuais – dentro de um mesmo programa de pesquisa. Nesse sentido, os *media* cumprem com uma função conceitual e unificadora nos estudos da medialidade equivalente à noção de cultura no materialismo cultural e nos estudos culturais anglófonos. O conceito de *media*, de certo modo, substitui a noção de espírito que dominara o século XIX e resolve as insuficiências da noção de cultura, que permanecia vinculada à tradição hegeliana e marxista com ênfase na agência e na construção social. A mudança ocorrida no cenário alemão, que parte da história das ideias rumo à história dos *media*, acompanha um percurso da filosofia de esvaziamento da metafísica em direção à ontologia, isto é, de esvaziamento da filosofia de Hegel em direção à filosofia de Heidegger.

MEDIAÇÃO

O conceito de mediação é especialmente importante no contexto da pesquisa em comunicação na América Latina. Tendo na obra de Jesús Martín-Barbero (1997; 1999) seu mais importante aporte teórico, o conceito remete a um programa de pesquisa em produção e recepção fora do diagrama da teoria informacional. A natureza culturalista do conceito de Martín-Barbero remete a cadeias envolvendo produtores, produtos e receptores e aos deslocamentos de significados entre essas diferentes instâncias. A ênfase muda da produção para a recepção, e o programa epistemológico condiciona cultura e comunicação como processos simultâneos e codependentes reunidos sob a égide da mediação. (MARTÍN-BARBERO, 1997) Com isso, a mediação compreende uma vasta gama de inter-

secções entre cultura, política e comunicação e equaciona as diferentes apropriações, recodificações e ressignificações que ocorrem na produção e recepção dos produtos comunicacionais. Outra assunção importante é que produção, recepção, meio e mensagem só podem ser pensados como um processo contínuo – as mediações – posição de onde é possível compreender a interação social entre emissão e recepção.

Abdicando do conceito de *media*, o programa de pesquisa centrado na mediação estabelece uma interdependência dinâmica entre cultura e comunicação com o objetivo de desfazer os vícios da sociologia, da semiologia e da abordagem informacional, oferecendo o conceito de mediação como o ponto central da produção do sentido social. Martín-Barbero (1999) comenta inúmeros estudos de caso oferecidos ao leitor como exemplos de codificação da realidade medial. A recepção assume formas de resistência insuspeitas, e a irradiação unidirecional dos meios de comunicação de massa sofre assaltos e apropriações de significado inauditas. A mediação surge como um conceito que reinsere a luta de classes no invisível da trama social, luta que pode ser observada nas negociações de sentido que permeiam o consumo de produtos midiáticos. Desse modo, a telenovela não aconteceria no significado textual do roteiro filmado, mas na circulação social de boatos e comentários, no bate-papo diário entre vizinhos. Onde havia consenso social, as mediações fazem ver contestação. Onde havia identidade, as mediações veem conflito. De um ponto de vista sociológico, os contextos tornam-se acessíveis somente mediante a dinâmica comunicacional da cultura.

A teoria da mediação argumenta que a vida cotidiana e os poderes instituídos travam um diálogo mudo e dialético por meio de táticas de apropriação, interpretação e resistência. Essas táticas comunicacionais reconfiguram e obscurecem as distinções fundamentais entre campos tradicionalmente definidos como público e privado; sujeito e alteridade; natureza e sociedade; masculino e feminino; ou local e global. O debate de fundo é a questão da experiência e das formas semióticas que constituem

o mundo vivido como uma batalha permanente entre interpretações opostas de consequências imprevisíveis. A influência recíproca e a porosidade desses campos outrora inflexíveis constituem o cerne do programa de pesquisa das mediações, cujo desenho teórico é devedor de uma concepção sociológica da comunicação, e que ao modo dos estudos culturais anglófonos, permite ver a insidiosa penetração de significações não previstas nos produtos culturais. As mediações, de todo modo, não incluem nem dependem de um conceito de *media* ou de comunicação, pois seu objeto é a circulação social dos signos na cultura. A migração da pesquisa em comunicação para a pesquisa das mediações, na América Latina, é de certo modo análoga à migração dos estudos da informação para os estudos dos signos, na França, e dos estudos da informação para os estudos dos *media*, na Alemanha. Na América Latina, de todo modo, o conceito de comunicação permanece como um eixo universal que reúne as questões anteriores em um mesmo solo epistemológico.

A perspectiva germânica apresenta um conceito de mediação com tonalidades mais abstratas. A mediação surge como uma perspectiva heurística que não depende dos objetos mediais. De acordo com Uwe Wirth (2008), a diferença fundamental entre *media* e mediação seria o processo de tradução, pois a mediação implicaria sempre na transferência de um signo para outro sistema de signos. Essa distinção entre *media* e processo medial também é recomendada por Dieter Mersch. Para o professor de Ciências da Comunicação da Universidade de Potsdam, o conceito de *media* é em si mesmo um equívoco, uma vez que não tem nenhuma referencialidade. Para Mersch (2008, p. 304), "a pesquisa em comunicação não deveria depender do conceito de media, mas de suas estruturas mediais, isto é, do conceito de medialidade". A medialidade (*Medialität*) se manifestaria nos efeitos mediais da comunicação, naquilo que os *media* medeiam. Apesar da definição algo tautológica, o programa da medialidade tem a virtude de contrapor a aparente opacidade do conceito de *media* à materialidade subjacente a cada realização medial. Comum aos programas sobre

medialidade e midiatização na Alemanha é a unificação da definição integralmente abstrata de *media*, onde o conceito de *medium* é potencialmente qualquer coisa, com as proposições teóricas da comunicação e os objetos dos *media studies*. Com isso, o conceito de *media* é revisto de modo a tratar ativamente de objetos comunicacionais como os jornais, o cinema, a televisão e a internet.

Jesper Strömbäck comparou os conceitos de mediação e midiatização na esfera política e enfatizou que a abordagem da mediação oferece uma abordagem normalmente estática e invariavelmente descritiva, em contraste com a perspectiva da midiatização que se apresenta de modo razoavelmente dinâmico e invariavelmente processual. Strömbäck (2008) entende que a midiatização política é um processo diferente da mediação, que se concentra em avaliar se os meios de comunicação constituem os canais mais importantes para o intercâmbio de comunicação entre pessoas e instituições. Ainda de acordo com Strömbäck, a mediação captura um importante aspecto da coerência política atual, mas é incapaz de incluir a evolução e a dinâmica dos processos políticos nas sociedades modernas. A proposta da midiatização seria uma reação a teorias e métodos da pesquisa em comunicação que incluem não apenas a mediação, mas também as teorias sobre o efeito dos *media*, o agenda-setting, os estudos de recepção e a análise do discurso. O programa da midiatização argumenta que essas teorias analisam os efeitos dos meios de comunicação sem levar em conta as interações, interdependências e transações internas ao sistema que formam tanto a mídia como sua audiência. Com isso, essas teorias não conseguiriam perceber a sintonia mútua que percorre os meios de comunicação de massa e a audiência de um evento comunicacional. (KEPPLINGER, 2007)

Uma conclusão análoga é apresentada por Schulz (2004), para quem as pesquisas de mediação são importantes, mas insuficientes para compreender o processo de midiatização: "midiatização é um conceito que tanto transcende como inclui os efeitos dos meios de comunicação".

(SCHULZ, 2004, p. 90) Strömbäck termina por unificar os dois conceitos sugerindo que a mediação é simplesmente uma primeira fase do processo de midiatização. Esse processo se dividiria em quatro fases baseadas no grau de independência dos *media* em relação às instituições sociais. No último estágio, argumenta Strömbäck (2008), a realidade medial torna-se mais importante que a realidade presente, no sentido de que as pessoas reagem à realidade mediada e não à realidade do fato. David Paletz (2001) apresentou um esquema semelhante que subdividia as comunicações entre majoritariamente mediada, parcialmente mediada e inteiramente imediata. Kent Asp e Peter Esaiasson (1996) também relacionam a mediação com a midiatização, e assim como Strömbäck (2008) vinculam a mediação a uma fase incipiente do processo de midiatização. Essa fase inicial da midiatização ocorre sempre que os meios de comunicação de massa tornam-se a fonte principal em um determinado recorte social. É nesse estágio que a política e a vida social tornam-se mediadas, de modo que o primeiro estágio da midiatização corresponderia ao conceito de mediação. A mediação, com isso, seria um estágio sempre inicial e necessário para os estágios ulteriores de midiatização, que evoluem continuamente para um quadro de crescente dependência das audiências para com a mídia. (SCHULZ, 2004; STRÖMBÄCK, 2008)

Essa retrospectiva histórica indica que a análise da mediação comunicacional surgiu em diversas conjunturas acadêmicas com resultados diversos. Não obstante a diferença de orientação epistemológica, o debate sobre as mediações caminhou de modo relativamente coordenado rumo à questão da midiatização. Na Alemanha, a midiatização surgiu como uma pressão autoimposta para satisfazer as exigências do Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG), órgão federal do governo alemão que financia as pesquisas acadêmicas. Diferentemente do mundo anglófono e francófono, a área das Ciências Humanas na Alemanha é avaliada como produtora de conhecimento científico e não como espaço para crítica social e análise acadêmica. Com isso, a pesquisa em humanidades é institucionalmente

organizada e alvo dos mesmos critérios de avaliação que as pesquisas científicas das áreas de Exatas e Biológicas. As bolsas e verbas são distribuídas exclusivamente para grupos de pesquisa, de modo que pesquisadores das humanidades reúnem-se para produzir conclusões teóricas da mesma maneira que pesquisadores da Física ou da Química reúnem-se para produzir relatórios científicos.

A solução para esse impasse foi encontrado na eleição de um tema de pesquisa que funcionasse como um guarda-chuva para diversas pesquisas. A midiatização, com isso, emergiu como um programa a partir do qual diversos projetos de pesquisa podiam filiar-se, oferecendo aos pesquisadores individuais uma liberdade relativamente ampla para trabalhar com quaisquer assuntos que julgassem adequados ou necessários. Uma vez que interesses individuais e conclusões coletivas pudessem ser reunidos em discussões e relatórios multi-departamentais sobre o sentido, a história e as interpretações possíveis para os objetos investigados, então estavam atendidos os critérios de produção científica e de distribuição de verbas para pesquisa. (CRAMER, 2009) Foi esse desenho institucional de financiamento de pesquisa que deu cores ao conceito de *media*, forçando os *media studies* a se transformarem em *Medienwissenschaft*. Esse mesmo desenho institucional agora reúne a pesquisa em comunicação sob o guarda-chuva conceitual da midiatização.

MIDIATIZAÇÃO

Um caso exemplar no contexto alemão é o Programa de Pesquisa Principal "Mundos Mediatizados", coordenado por Friedrich Krotz. O programa é financiado pelo DFG e organizado pelo Centro de Pesquisa em Mídia, Comunicação e Informação da Universidade de Bremen. Esse programa de pesquisa sustenta que vivemos em um mundo mediatizado em que todo o tecido da cultura e da sociedade é moldado pelos media. A saturação dos meios de comunicação e tecnologias mediais teria ultrapassado o marco social apontado pelos teóricos dos meios de comunicação – sobre-

tudo os pioneiros Marshall McLuhan e Walter Benjamin – para se converter em um paradigma dominante que ultrapassa a cadeia inicial de efeitos dos media e surge como um epifenômeno da ecologia medial.

A midiatização seria um processo de longa duração que inclui a mediação e que é formado pela contínua ação dos *media*. Esse metaprocesso assume que os meios de comunicação não apenas modificam as estruturas sociais, culturais e políticas. De maneira mais radical, o programa de pesquisa baseado na midiatização argumenta que os processos sociais não podem ser entendidos sem a função ativa dos *media*, uma vez que as ações sociais, os produtos culturais e os programas políticos tornaram-se eles todos mediais. Sonia Livingstone (2009) comenta esse programa de pesquisa indicando uma mudança de orientação nas pesquisas sobre comunicação, que se desloca da comunicação de massa para a mediação e por fim para a midiatização. Há algumas décadas, lembra Livingstone, as publicações da área traziam no título termos como "comunicação de massa", "sociedade", "televisão", "esfera pública" e assim por diante, perfazendo uma fórmula que incluía um *medium* (ou a categoria geral meios de comunicação) e alguma área do conhecimento: Televisão e Política; Meios de Comunicação e Esfera Pública; Jornalismo e Opinião Pública etc. Nas últimas décadas essa fórmula foi paulatinamente alterada para o termo mediação e alguma área do conhecimento: Mediações do Poder; Mediando Identidades; Mediações Culturais etc.

Essa mudança de orientação nos programas de pesquisa sugere um deslocamento da análise comunicacional focada nos *mass media* para a mediação e a midiatização. A pesquisa seminal em comunicação tratava os meios de comunicação como uma dentre diversas variáveis importantes, mas independentes, e cujas relações com a sociedade podiam ser analisadas de diversas maneiras. Em um segundo momento, o campo da pesquisa em comunicação evoluiu para uma análise em que tudo era mediado, descrevendo um cenário cuja crescente complexidade comunicacional seria finalmente reunida ao redor do conceito de midiatização. Esse cenário

ulterior descreve uma paisagem em que as instituições sociais foram inteiramente transformadas pelo processo da midiatização. Livingstone (2009) assinala que enquanto a pesquisa seminal em comunicação se incumbia de analisar a relação entre *media* e política como objetos isolados, a análise da midiatização descreve um mundo inteiramente mediado em que não é possível analisar a política, o meio-ambiente ou a família sem levar em conta a presença decisiva exercida dos *media*. Silverstone (2005) enfatiza essa dependência global das mediações afirmando que a política, assim como a experiência da vida cotidiana, não pode mais ser pensada fora de um quadro midiático. Esse diagnóstico também é apresentado por Münker e Roesler (2008), para quem não existe nenhum campo da experiência que não tenha sido invadido pelos *media*, de modo que a realidade social em que vivemos não existiria sem os *media*.

O conceito de midiatização surge nesse período de expansão e consolidação da área de comunicação. Para Braga (2006), a midiatização ocorre em dois âmbitos sociais. No âmbito microssocial a midiatização trata de instituições ou instâncias que incorporam elementos da medialidade. No âmbito macrossocial a midiatização refere-se ao processo de adaptação e simulação da própria sociedade à lógica medial. Nick Couldry (2008) argumenta que embora o conceito de mediação, empregado especialmente no contexto latino-americano e nos trabalhos de Roger Silverstone, forneça maior flexibilidade para tratar das possibilidades abertas e dialéticas das transformações sociais, é o conceito de midiatização que permite um tratamento adequado para a intertextualidade entre os *media* face à lógica medial. Com isso, a tensão entre os conceitos de mediação e midiatização reflete tanto um deslocamento nos programas de pesquisa em comunicação como duas distintas visões a respeito do tratamento adequado para os objetos mediais e para a comunicação.

Livingstone (2009) também levanta argumentos semânticos e linguísticos para justificar sua preferência pelo termo midiatização. De acordo com a pesquisadora britânica, o termo mediação é de difícil tradução para

outras línguas, dificultando sua incorporação como programa de pesquisa transnacional. No esloveno, argumenta Livingstone, o termo mediação é traduzido de modo literal pelos verbos *posredovanje e posredovati,* que significam mediar e intervir, afastando qualquer parecença com os termos *media* e comunicação. A mesma inexatidão ocorre no polonês, onde a tradução literal remete exclusivamente ao universo jurídico. No Tibet, a mediação refere-se ao ofício do casamenteiro, enquanto na Islândia a mediação (*midlun*) refere-se ao ato de transmitir ou compartilhar informações com outras pessoas, uma vez que o termo provém de *midill*, que assim como o radical latino *medium* refere-se tanto aos meios de comunicação como às entidades espirituais capazes de comunicar-se com os mortos. (LIVINGSTONE, 2009) Não obstante *media* e mediação compartilhem o mesmo radical, o termo mediação transmite nas línguas indo-europeias um sentido comum de conciliação e participação que não sugere qualquer relação necessária com os *media*. (SCHULZ, 2004; GUILLORY, 2010)

Com isso, o entendimento das mediações praticado na América Latina, que remete a processos de negociação de significado e sentido entre produtores e consumidores de *media*, ou à maneira como temas e debates são reconfigurados após circularem nos meios de comunicação, é objeto de controvérsia em outros contextos acadêmicos. A mediação aparece em outras redes semióticas vinculada especialmente à resolução legal de disputas jurídicas, como é o caso da Alemanha, onde o termo elegido para se referir à virada medial é medialidade ou midiatização, conceitos empregados para descrever a progressiva reformulação do cotidiano e das relações sociais pela mediação tecnológica e pelos dispositivos comunicacionais. Isso ocorre como decorrência direta das diferentes densidades conferidas ao conceito de *media*. Diferentemente do contexto latino-americano, onde a pesquisa em mídia é orientada pelo conceito de comunicação, no contexto alemão é o conceito de *media* que orienta a pesquisa em comunicação.

O conceito comunicacional de midiatização só surgiu no contexto acadêmico alemão no começo do século XXI, especialmente nas obras de

Friedrich Krotz, para quem a midiatização é um dos quatro metaprocessos fundamentais que configuraram a modernidade, aos quais se somam a globalização, a individuação e a comercialização. Krotz (2007) e Krotz e Hepp (2008) lançam mão do conceito de midiatização em razão do eco todo especial que o termo tem na exegese alemã. Dentro do código legal alemão, a midiatização refere-se a um período no século XIX em que o Santo Império Romano foi "mediatizado" por Napoleão. A midiatização foi a forma que o imperador francês encontrou para interpor uma autoridade territorial a todo um conjunto de príncipes, cidades autônomas e arcebispos que até então só respondiam ao imperador. A midiatização, com isso, diz respeito à incorporação de uma monarquia por outra, de modo que a autoridade da monarquia anexada mantém certa soberania sobre os estados, títulos e possivelmente sobre o poder local.

Esse sentido político da midiatização vai ao encontro da função dos *media*. Isso porque os *media* não se limitam a realizar a mediação entre partes distintas e eventualmente conflitantes. Os *media* efetuam a mediação entre as contrapartes, mas também incorporam parte considerável do domínio de cada contraparte, uma vez que a mediação, ou a midiatização, implica em certa subordinação da capacidade decisória e organizacional das partes envolvidas. Isso fica claro na exposição de Stig Hjarvard (2008), para quem as instituições sociais pré-modernas como a família, a escola e a igreja eram os principais fornecedores de informação e de orientação moral para os membros da sociedade. Essas funções, nas sociedades modernas saturadas pela mídia, foram remodeladas de tal modo que as instituições sociais perderam autoridade ao mesmo passo que os *media* preencheram o vácuo institucional deixado pelas antigas formas de poder e organização social. Nas sociedades modernas, são os *media* que cumprem com a função cardinal de fornecimento de informação e de orientação moral.

Andreas Hepp argumenta que a diferença entre mediação e midiatização pode ser resumida mediante o entendimento, por parte do programa da midiatização, de que há uma lógica medial que escapa à "lógica da

mídia" enfatizada por Martín-Barbero (1997). Ainda de acordo com Hepp (2011), essa lógica medial não faz referência às negociações entre produtores e consumidores dos produtos mediais. Pelo contrário, ela refere-se à contaminação medial que independe da circulação dos produtos mediais ou das ações de emissores e receptores. Trata-se de uma lógica que penetra no tecido social e nas esferas sociais supostamente desvinculadas da influência dos *media*, projetando uma conjuntura de total midiatização da experiência cotidiana. O núcleo da midiatização, com isso, repousa sobre o entendimento dessa lógica medial que é transversal aos pesquisadores vinculados ao programa da midiatização. (HJARVARD, 2008; KROTZ, 2007; LUNDBY, 2009; MAZZOLENI; SCHULZ, 1999; MEYEN, 2009; SCHULZ, 2004; STRÖMBÄCK, 2008) Para esses autores de filiação predominantemente germanófona, a midiatização é um conceito analítico que encampa cultura e comunicação em relações específicas. A tradição anglófona, que pode ser encontrada na posição de Nick Couldry (2008), reage ao princípio da lógica medial na medida em que ela vai de encontro com a perspectiva culturalista e interpretacionista dos Estudos Culturais e das pesquisas em mediação. Couldry (2008) alega que a abertura e a imprevisibilidade da comunicação não podem ser resumidas a uma única lógica. Isso porque a cultura e a comunicação – categorias que não chegam a ser inteiramente separadas nos Estudos Culturais – produzem efeitos sobremaneira heterogêneos que não podem ser resumidos a uma única velocidade; um único cálculo probabilístico; um único mecanismo de análise. (COULDRY, 2008)

Mas de acordo com os autores dedicados à questão da midiatização, esses mecanismos não formam qualquer processo homogêneo. A extensão do domínio medial na moral e no poder é uma questão em aberto que fomenta e legitima as pesquisas em comunicação. Para Mazzoleni e Schulz (1999) essa anexação dos poderes institucionais modernos é apenas parcial, e a midiatização se referiria precisamente a esta situação em que as instituições políticas são progressivamente dependentes dos

mecanismos mediais, não obstante permaneçam em controle dos processos e funções institucionais. O programa de pesquisa da midiatização, com isso, também se contrapõe à tese fundamental do programa de pesquisa das mediações, uma vez que refuta a assunção conceitual de que as ações humanas transformam a comunicação. Para a perspectiva germanófona dedicada ao programa da midiatização, é preciso não confundir a midiatização com o fenômeno ordinário da mediação. (HJARVARD, 2008; KROTZ; HEPP, 2008) A midiatização seria, em uma palavra, uma perspectiva de longa-duração sobre os efeitos cumulativos dos *media*. Inclusive os efeitos da mediação, dos *media* e do *medium*.

REFERÊNCIAS

AQUINAS, T.; ROBB, J. H. *Quaestiones de anima*: a newly established edition of the Latin text with an introduction and notes. Toronto: Pont. Inst. of Mediaeval Studies, 1968.

ARISTÓTELES. *Acerca del Alma*. Introducción, Traducción y Notas de Tomás Calvo Martínez. Madrid: Gredos, 1978.

ASP, K.; ESAIASSON, P. The Modernization of Swedish Campaigns: Individualization, Professionalization, and Medialization. In: SWANSON, D. L.; MANCINI, P. (Ed.). *Politics, Media, and Modern Democracy: An International Study of Innovations in Electoral Campaigning and Their Consequences*. Westport: Greenwood Press, 1996.

AULETE, C. *Dicionário contemporâneo da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Delta 1987.

AURÉLIO, B. D. H. F. *Novo dicionário Aurélio da língua portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira 1986.

BAUDRILLARD, J. *Pour une critique de l'économie politique du signe*. Paris: Gallimard, 1972.

BLUTEAU, R. *Vocabulario Portuguez e Latino*. Coimbra: Collegio das Artes da Companhia de Jesus, 1712-1728.

BRAGA, J. L. Sobre midiatização como processo interacional de referência. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 15., 2006. Bauru. *Anais*... Bauru: Compós, 2006.

COHN, G. *Comunicação e indústria cultural*. São Paulo: EDUSP, 1971.

COULDRY, N. Mediatization or mediation? Alternative understandings of the

emergent space of digital storytelling. *New Media & Society*, v. 10, n. 3, p. 373-391, June 1, 2008.

CRAMER, F. *Medienwissenschaft* – Ein deutscher Sonderweg? Medien und Brueche: Siegen 2009.

EISENLOHR, P. Introduction: What is a medium? Theologies, technologies and aspirations. *Social Anthropology*, v. 19, n. 1, p. 1-5, 2011.

ESPOSITO, E. Die normale Unwahrscheinlichkeit der Medien: der Fall des Geldes. In: MÜNKER, S.; ROESLER, A. (Ed.). *Was ist ein Medium?* Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2008.

FLUSSER, V. *Mendienkultur*. Frankfurt am Main: Fischer, 1997.

GUILLORY, J. Genesis of the Media Concept. *Critical Inquiry*, v. 36, n. 2, p. 321-362, 2010.

GRAFTON, A. *What was history?* The art of history in early modern Europe. Cambridge, UK ; New York: Cambridge University Press, 2007.

GUMBRECHT, H. U.; PFEIFFER, K. L. *Materialities of Communication*. Stanford: Stanford University Press, 1994.

HAGEN, W. Metaxy: Eine historiosemantische Fußnote zum Medienbegriff. In: MÜNKER, S.; ROESLER, A. (Ed.). *Was ist ein Medium?* Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2008.

HEGEL, G. W. F.; MOLDENHAUER, E. *Phänomenologie des Geistes*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1993.

HEIDER, F. Ding und Medium. *Symposion*, v. 2, p. 109-157, 1921.

______. *Ding und Medium*. Neudruck. Berlin: Kulturverlag Kadmos, 2005.

HEPP, A. Mediatization, Media Technologies and the 'Moulding Forces' of the Media. In: INTERNATIONAL COMMUNICATION ASSOCIATION ANNUAL CONFERENCE. Boston: ICA, 2011.

HERDER, J. G. V. *Herders Conversations-Lexikon*. Berlin: Directmedia Publ., 2005. 1 CD-ROM.

HJARVARD, S. *The Mediatization of Religion*: a theory of the media as agents of religious change. Northern Lights: Yearbook of Film & Media Studies, 2008.

HÖRISCH, J. *Der Sinn und die Sinne: eine Geschichte der Medien*. Frankfurt am Main: Eichborn, 2001.

______. *Eine Geschichte der Medien: von der Oblate zum Internet*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2004.

HOUAISS, A. *Dicionário Houaiss da língua portuguesa*. São Paulo: Objetiva, 2001.

KEPPLINGER, H. M. Reciprocal Effects: Toward a Theory of Mass Media Effects on Decision Makers. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, v. 12, n. 2, p. 3-23, 2007.

KITTLER, F. Geschichte der Kommunikationsmedien. In: HUBER, J.; MÜLLER, A. M. (Ed.). *Raum und Verfahren*. Frankfurt am Main: Roter Stern, 1993.

KROTZ, F. *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag für Socialwissenschaften, 2007.

KROTZ, F.; HEPP, A. *Connectivity, Networks and Flows. Key Concepts for Contemporary Media and Cultural Studies*. Cresskill: Hampton Press, 2008.

LIMA, L. C. *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

LIVINGSTONE, S. On the Mediation of Everything: ICA Presidential Address 2008. *Journal of Communication*, v. 59, n. 1, p. 1-U3, Mar 2009.

LUHMANN, N. *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1997.

______. *Soziale Systeme - Grundriß einer allgemeinene Theorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1999.

LUNDBY, K. *Mediatization: Concepts, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang, 2009.

MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

______. *Los ejercicios del ver: Hegemonia audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Editorial Gedisa, 1999.

MAZZOLENI, G.; SCHULZ, W. “Mediatization” of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication*, v. 16, n. 3, p. 247-261, 1999.

MCLUHAN, M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw Hill, 1964.

MERSCH, D. Tertium datur: Einleitung in eine negative Medientheorie. In: MÜNKER, S.; ROESLER, A. (Ed.). *Was ist ein Medium?* Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2008. p.304-321.

MEYEN, M. Medialisierung. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, v. 57, p. 23-38, 2009.

MÜNKER, S.; ROESLER, A. *Was ist ein Medium?* Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2008.

NOVALIS; TIECK, L.; SCHLEGEL, F. V. *Schriften*. Stuttgart: Macklot, 1826.

PALETZ, D. L. *The Media in American Politics: Contents and Consequences*. New York: Longman, 2001.

PARSONS, T. *The structure of social action*. New York: The Free Press, 1968.

PIERER, H. A. *Neueste Ergänzungen zu sämmtlichen Auflagen von Pierers Universal-Lexikon und zu jedem ähnlichen Werke*. Altenburg: Pierer, 1855.

PROSS, H. *Medienforschung. Film, Funk, Presse, Fernsehen*. Darmstadt: Habel, 1972.

RILKE, R. M.; ZINN, E. *Sämtliche Werke*. Frankfurt am Main: Insel, 1976.

SCHMIDT, S. J. Der Medienkompaktbegriff. In: MÜNKER, S.; ROESLER, A. (Ed.). *Was ist ein Medium?* Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2008.

SCHULZ, W. Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. *European Journal of Communication*, v. 19, n. 1, p. 87-101, Mar. 2004.

SILVA, A. D. M. *Diccionario da lingua portugueza*. Lisboa: Typographia Lacerdina, 1789-1813.

SILVERSTONE, R. Mediation and Communication. In: CALHOUN, C.; ROJEK, C., et al. (Ed.). *The International Handbook of Sociology*. London: Sage, 2005.

STRÖMBÄCK, J. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *The International Journal of Press/Politics*, v. 13, n. 3, p. 228-246, Jul. 2008.

VIRILIO, P. *L'horizon negatif*: essai de dromoscopie. Paris: Galilee, 1984.

WINTHROP-YOUNG, G. Von gelobten und verfluchten Medienländern. Kanadischer Gesprächsvorschlag zu einem deutschen Theoriephänomen. *Zeitschrift für Kulturwissenschaften*, v. 2, p. 113-128, 2008.

WIRTH, U. Die Frage nach dem Medium als Frage nach der Vermittlung. In: MÜNKER, S.; ROESLER, A. (Ed.). *Was ist ein Medium*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 2008. p.222-234.

Recepção, mediação e midiatização
conexões entre teorias europeias e latino-americanas

LAAN MENDES BARROS

INTRODUÇÃO

Inserida no debate sobre mediação e midiatização, esta reflexão propõe o alargamento das bases dos estudos de recepção desenvolvidos na América Latina, ao revisar algumas formulações da Estética da Recepção, da Escola de Konstanz, e elementos da Hermenêutica de Paul Ricœur, relacionando-os com os princípios dos Estudos Culturais, já bem trabalhados no Brasil e noutros países de nosso subcontinente. Várias ideias centrais dessas correntes teóricas europeias repercutiram e permitem pontos de conexão com teorias e pesquisas do campo da comunicação presentes na América Latina; em especial, com a teoria das mediações, formulada e revista por Jesús Martín-Barbero e trabalhada por outros autores.

A partir de articulações entre Comunicação e Cultura, este texto discute a condição ativa do receptor como sujeito do processo comunicacional e a experiência estética, presente nas dinâmicas de fruição e interpretação, como lugar de produção de sentidos, que se estende no tempo e circula no contexto social em dinâmicas de interação entre mídia e sociedade. Assume que essa interação não se limita a uma relação de confronto entre mídia e sociedade, ou de subordinação de uma em relação à outra. Também, que os processos de midiatização não se esgotam nas relações

entre produção e recepção de produtos midiáticos, mas se desdobram em "sistemas de circulação diferida e difusa", como nos propõe José Luiz Braga (2006a), que implicam em dinâmicas de "interações sociais sobre a mídia". Esses sistemas de circulação ampliam, no tempo e no espaço, os processos de produção de sentidos, que extrapolam, assim, não só os limites das representações da mídia, mas também os movimentos restritos da recepção. A recepção passa a ser vista não mais como algo individual, mecânico e efêmero, mas como processo que se prolonga no tempo e se difunde no contexto sociocultural. A produção de sentidos se dá nas apropriações vivenciadas pelos receptores em seu lugar social, em interação com seus pares, marcada por experiências de interpretação, balizada por mediações socioculturais.

Quando aqui falamos de processos midiáticos, no contexto de midiatização da sociedade, compartilhamos com Braga (2006b, p. 5, grifo do autor) a ideia de que eles se apresentam como "processos interacionais" e "*se realizam* de modos bastante diversos em sociedades específicas". Também, que eles não se limitam a processos sociais específicos, que se desenvolvem segundo lógicas da mídia. Braga (2006b, p. 1-2) nos propõe, que em um nível macro, pensemos na "mediatização da própria sociedade", como "um processo interacional em marcha acelerada para se tornar o processo 'de referência'". E explica:

> Um processo interacional 'de referência', em um determinado âmbito, 'dá o tom' aos processos subsumidos – que funcionam ou passam a funcionar segundo suas lógicas. Assim, dentro da lógica da mediatização, os processos sociais 'da mídia' passa a incluir, a abranger os demais, que não desaparecem mas se ajustam.

De fato, um processo interacional "de referência" não anula outros processos. Ele passa a funcionar como "organizador principal da sociedade". (BRAGA, 2006b, p. 2) Reconhecemos, portanto, a hegemonia da midiatização no composto de mediações socioculturais com as quais a

sociedade se relaciona com a mídia. E nesta perspectiva, as formulações mais recentes de Martín-Barbero (2004), sobre as "mediações comunicativas da cultura"[1] podem nos ajudar na reflexão.

Ao tomar como pano de fundo o confronto que tem se estabelecido entre mediação e midiatização, procuramos realizar aqui uma revisão de ideias presentes em correntes teóricas consolidadas, que já projetavam a produção de sentidos – mesmo que com uso de outras terminologias – para além das relações entre mídia e receptor, texto e leitor. Pretende-se, com isso, contribuir para o debate. O simples fato de se questionar um conceito e de se contrapor a ele um novo conceito já provoca adensamento em nossa compreensão dos fenômenos da comunicação, dando a ela maior consistência. No entanto, é necessário indagar se essa contraposição no caso de mediação e midiatização configura-se, de fato, uma ruptura. Revisitar conceitos outros que antecederam a estes contemporâneos pode nos ajudar a compreendê-los melhor e nos indicar que mediação e midiatização devam ser vistas como complementares.

E a compreensão dessa complementaridade se faz bem necessária no atual momento dos estudos de Comunicação no Brasil. No contexto de reformulação dos cursos de Comunicação, que se segmentam nas atividades profissionais que com ela trabalham, em recortes por setores de aplicação, é necessário resgatar a recepção como instância importante do processo comunicacional, que se realiza a partir de mediações socioculturais, no cenário midiatizado da sociedade contemporânea. Quando a comunicação é pensada desde uma perspectiva funcionalista e instrumental, o comunicador é tomado como o agente do processo, o sujeito da ação. Já o receptor é visto como "público alvo" – objeto – da ação que se desenvolve. Naquela perspectiva, cada qual cumpre a sua "função". O receptor sofre a ação, frente à qual lhe cabe a reação; ele é atingido, sofre o impac-

1 O mais correto seria chamá-las de "mediações comunicacionais da cultura"; pois não é que as mediações se comunicam, mas que elas têm uma dimensão comunicacional. Mantivemos o termo que vem sendo usado por outros autores, mas pretendemos retomar tal questionamento em outra oportunidade.

to da mídia. O "comunicador" é aquele que realiza intencionalmente – e competentemente – o ato comunicativo. Daí sua capacitação técnica, possibilitando uma prática qualificada, eficiente, profissional. E tal concepção, que pouco a pouco vinha sendo superada, pode ser retomada nestes tempos de reformulação dos cursos, norteada pela formação profissional e pela valorização das práticas comunicacionais neste ou naquele segmento do mercado.

É oportuno, portanto, resgatar a natureza dialógica e dialética da comunicação, presente em sua concepção primitiva, do *communicare*, que toma o sentido mais do "compartilhar" do que o do "transmitir". Nela, emissor e receptor podem ser vistos como interlocutores e como seres sociais. A ideia de "tornar comum a muitos" está na origem do pensamento comunicacional e merece ser recuperada. Mais que as dimensões técnica e instrumental da mídia, é preciso valorizar a dimensão humana da comunicação, tomando o ser humano como sujeito do processo; e não, como mero objeto ou peça da engrenagem. E neste sentido a ideia de mediação pode nos ajudar a pensar as relações sociais em uma sociedade midiatizada, que refletem um "*ethos* midiatizado" – conceito proposto por Muniz Sodré, trabalhado mais adiante – e se desdobram em processos de recriação e produção de sentidos, que incorporam e, ao mesmo tempo, extrapolam a lógica midiática. Importa pensar a Comunicação e o ser humano, sujeito da comunicação, ser social.

OS ESTUDOS CULTURAIS

Os Estudos Culturais, desenvolvidos pelo grupo de pesquisadores do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS) da Universidade de Birmingham, estão difundidos e reconhecidos no pensamento comunicacional latino-americano e é pertinente que sejam tratados nos contornos da dialética e do "materialismo cultural", proposto por Raymond Williams, um de seus principais autores. Mais que referencial teórico-metodológico,

eles se configuram como fundamentação epistemológica para o campo da Comunicação, pois redefinem suas delimitações e natureza, ao propor não apenas a dimensão cultural da comunicação, mas a comunicação e o aparato midiático como elementos estruturantes da cultura contemporânea, desde uma perspectiva crítica. Como observa Ana Carolina Escosteguy (1999, p. 140), para Raymond Williams "a cultura é uma categoria-chave que conecta tanto a análise literária quanto a investigação social". Ele próprio já nos advertira para o fato de que:

> O que o sociólogo cultural e o historiador cultural estudam são as práticas sociais e as relações culturais que produzem não só 'uma cultura' ou 'uma ideologia', mas, coisa muito mais significativa, aqueles modos de ser e aquelas obras dinâmicas e concretas em cujo interior não há apenas continuidades e determinações constantes, mas também tensões, conflitos, resoluções e irresoluções, inovações e mudanças gerais. (WILLIAMS, 2011, p. 29)

E essas tensões e conflitos estão presentes no contexto de mediações socioculturais, que estruturam os processos de recepção e subsidiam a produção de sentidos, vivenciada nas experiências cotidianas do receptor, em suas relações com o outro, em sua condição cultural, construída no espaço da coletividade. As mediações aqui referidas tomam o sentido das primeiras formulações da Matín-Barbero (1997), que ressaltavam os balizamentos culturais nos processos comunicacionais.

Ocorre que na sociedade contemporânea, interconectada em redes de informação, em escala global, os limites da coletividade se tornam fluidos, desterritorializados, dando à cultura uma natureza híbrida, em um processo, como define Octavio Ianni, de transculturação. Para ele, "a história dos povos e coletividades, das nações e nacionalidades, ou das culturas e civilizações" pode ser lida como uma "história de um amplo processo de transculturação". (IANNI, 2000b, p. 99) O autor explica que:

> O complexo de enigmas e contrapontos que constituem a ocidentalização do mundo, tanto quanto a orientalização, a africanização e a indigenização, esse complexo desenvolve e multiplica os processos socioculturais, econômicos e políticos que conformam a transculturação manifesta em todas as partes do mundo. Esse é o complexo de enigmas e contrapontos que desenvolve as identidades e alteridades, tanto quanto as diversidades e desigualdades que configuram a pluralidade dos mundos. (IANNI, 2000b, p. 105)

Essa pluralidade, segundo Ianni, se desenvolve de maneira dinâmica, "em movimento, em permanente mutação", onde coexistem e conflitam essas diversidades e desigualdades, as identidades e alteridades, em uma relativização do tempo e do espaço, que confrontam dialeticamente "contemporaneidades e não-contemporaneidades, territorializações e desterritorializações, modernidades e pós-modernidades". (IANNI, 2000b, p. 105) É, pois, em um cenário de transculturalidades que se deve estudar as relações contemporâneas entre Comunicação e Cultura.

Vale recordar que para os autores da Escola de Birmingham a "cultura" é mais que erudição, ou marca de *status*. Stuart Hall (2008, p. 126) retoma as formulações de Williams em *The Long Revolution*, identificando ali duas concepções de cultura. A primeira, lembra ele, "relaciona cultura à soma das descrições disponíveis pelas quais as sociedades dão sentido e refletem suas experiências comuns", o que reforça a dimensão ordinária, coletiva e democrática de sua construção, vez que "a concepção de cultura é, em si mesma, socializada e democratizada". Tais descrições inserem o termo cultura no domínio das ideias. São concepções, saberes. A segunda dimensão proposta por Williams, lembra Hall (2008, p. 127, grifo do autor), "é mais deliberadamente antropológica e enfatiza o aspecto de 'cultura' que se refere às *práticas* sociais. É a partir dessa segunda ênfase que a definição de certo modo simplificada – 'a cultura é um modo de ver a vida global' – tem sido abstraída de forma um tanto pura". Assim, Hall (2008, p. 128) conclui que:

> O ponto importante nessa discussão se apóia nas relações ativas e indissolúveis entre elementos e práticas sociais normalmente isoladas. É *nesse* contexto que a 'teoria da cultura' é definida como 'o estudo das relações entre elementos de um modo de vida global'. A cultura não é uma prática; nem apenas a soma descritiva dos costumes e 'culturas populares' (*folkways*) das sociedades, como ela tende a se tornar em certos tipos de antropologia. Está perpassada por todas as práticas sociais e constitui a soma do inter-relacionamento das mesmas.

Esses inter-relacionamentos das práticas sociais e as ideias que dão sentido a elas podem ser comparadas ao conceito de "mediações", presente nas formulações de vários autores latino-americanos. A cultura é, para uns e outros, uma forma de ler os fenômenos e processos sociais, hoje estendidos para além das fronteiras geográficas. A cultura é, como já dito, um modo para pensar a vida global. E a cultura na sociedade midiatizada tem na comunicação um elemento estruturante; não na perspectiva de um agendamento cego de pautas sociais, mas como dimensão contemporânea da esfera pública. Quando Williams argumenta que a cultura é perpassada pelas práticas sociais, cabe reconhecer que na sociedade contemporânea essas práticas são atravessadas por interações midiatizadas, que integram a estrutura social.

Estas duas últimas afirmações merecem ser discutidas. Há dez anos, em *Antropológica do Espelho*, Muniz Sodré nos falava de um "*ethos* midiatizado" ao caracterizar o espaço-tempo das realizações sociais cotidianas na contemporaneidade. *Ethos* entendido como "a *consciência* atuante e objetiva de um grupo social – onde se manifesta a compreensão histórica do sentido da existência, onde tem lugar as interpretações simbólicas do mundo – e, portanto, a instância de regulação das identidades individuais e coletivas". (SODRÉ, 2002, p. 45) Ou seja, a sociedade contemporânea está estruturada em uma lógica midiática que dá sustentação à consciência e à construção de identidades do indivíduo e do grupo. A midiatização, portanto, vai além da mídia, em sua dimensão técnica. Ela se espalha e se

entranha na estrutura social, na constituição de uma cultura midiatizada. Sodré (2002, p. 21, grifo do autor) nos explica que

> [...] a sociedade contemporânea (dita 'pós-industrial') rege-se pela *midiatização*, quer dizer, pela tendência à 'virtualização' ou telerrealização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunicação.

Para ele, no contexto da midiatização as relações entre sujeito e mídia se dão em uma situação de interação, em uma relação "especular", onde o "espelho" midiático "não é simples cópia, reprodução ou reflexo, porque implica uma forma nova de vida, com um novo espaço e modo de interpelação coletiva dos indivíduos". Então, a forma midiática "se abre a permeabilizações ou permite hibridizações com outras formas vigentes no real-histórico". (SODRÉ, 2002, p. 23) O autor propõe que a midiatização seja "pensada como tecnologia de sociabilidade ou um novo *bios*, uma espécie de quarto âmbito existencial" (SODRÉ, 2002, p. 25), referindo-se à classificação aristotélica de três gêneros de existência: a vida contemplativa, a vida política e a vida prazerosa, vida do corpo.

Na mesma linha de reflexão, referindo-se a pensamentos de Fausto Neto, Maria Ângela Mattos e Ricardo Costa Villaça (2011, p. 12) recordam que

> Assumindo a midiatização como nova ordem comunicacional na qual as mídias não são mais uma 'variável dependente', estudiosos desse fenômeno o encaram como processo que atinge não apenas determinados âmbitos das sociedades, mas que se desenvolve e engloba todas as instâncias sociais, chegando a constituir-se como nova forma de sociabilidade. O termo sugere mudança de perspectiva em relação ao lugar ocupado pelas mídias no funcionamento das sociedades e na construção dos parâmetros pelos quais essas sociedades criam suas 'realidades'.

É no campo da cultura que se desenham as percepções de tempo e espaço e que as "realidades" são criadas. Ocorre que nas dinâmicas culturais

da sociedade contemporânea as mídias ocupam lugar hegemônico. Como nos sugerem vários estudiosos da midiatização, ela se constitui em uma "nova forma de sociabilidade". Vivemos em uma cultura midiatizada.

Os Estudos Culturais ingleses oferecem bases para os estudos da Comunicação para além dos limites da mídia e das questões tecnológicas. Isso fica evidente no exame de boa parcela das pesquisas de nosso campo de estudo na América Latina, que se serve daquela corrente teórica para pensar não só questões de recepção, como também outras dimensões da comunicação (comunicação comunitária, popular, urbana etc.) e suas aproximações com outras disciplinas (educomunicação, artecomunicação etc.).

Tomando, pois, a cultura como algo mais amplo que seu sentido tradicional, ligado à erudição, os Estudos Culturais se voltam, em especial, à cultura popular, vista como campo de conflitos e de resistências, vista como "formas de luta". Com isso, o poder dos *mass media* é relativizado e abre-se espaço para o reconhecimento da condição ativa do receptor, como sujeito do processo comunicacional, e não mero objeto da ação empreendida pelas instâncias emissoras. O contexto social no qual o receptor está inserido, sua identidade cultural e sua participação em uma dada comunidade, são valorizados como contexto onde ele vivencia práticas cotidianas. E neste sentido, é fácil estabelecer paralelos entre as formulações dos pensadores de Birmingham e o mapeamento das mediações – primeiro, socioculturais; e depois, comunicacionais – proposto por Martín-Barbero. Ocorre que a cotidianidade contemporânea também se insere em uma cultura midiatizada. Temos a Comunicação como elemento estruturante da Cultura, que hoje passa necessariamente pela lógica da midiatização.

MEDIAÇÕES COMUNICATIVAS DA CULTURA

A mesma ênfase na questão das identidades e da cotidianidade observada nos Estudos Culturais está presente na teoria das mediações, mesmo quando se observa que Martín-Barbero reformulou sua proposta original,

que indicava um deslocamento "dos meios às mediações" nos estudos da comunicação. Em entrevista concedida à revista *Matrizes*, em 2009, o pensador espanhol-colombiano reconhece que era preciso revisar o modelo que havia proposto em 1987, quando ele sentiu a necessidade de pensar "a força social, cultural e política da vida cotidiana, da comunicação entre vizinhos, entre amigos do mesmo time de futebol, e também entre os governantes e os governados". (MARTÍN-BARBERO, 2009, p. 151) A reformulação, então pensada, não implicava simplesmente em inverter a ordem da primeira proposição, com um novo deslocamento, agora, "das mediações aos meios". Martín-Barbero adota, então, a denominação "mediações comunicativas da cultura", referindo-se não somente aos produtos culturais, mas à sociedade, à política.

E essa reformulação nos permite traçar um paralelo entre os conceitos de mediação e midiatização. As "mediações comunicativas da cultura" poderiam ser entendidas como midiatização da cultura. Vale observar que os dois termos não são conflitantes, já que eles sugerem conotações bem próximas. Enquanto "midiatização" vem sendo pensada como uma nova forma de sociabilidade, decorrente de uma lógica midiática, "mediação" traz já de algum tempo[2] o sentido das interações sociais, que nos dias de hoje se dão essencialmente – mas não exclusivamente – por intermédio da mídia. Vale reproduzir aqui algumas linhas daquela entrevista de Martín-Barbero (2009, p. 151-152):

> Recoloco assim uma questão decisiva: a presença dos meios na vida social, não em termos puramente ideológicos, mas como uma capacidade de ver além dos costumes, ajudando o país a se movimentar. [...] Inverto meu primeiro mapa e proponho as 'mediações comunicativas da cultura', que são: a 'tecnicidade'; a 'institucionalidade' crescente dos meios como instituições sociais e não apenas aparatos, instituições de peso econômi-

2 Há 35 anos Manuel Martín Serrano publicava, em Madri, o livro *La Mediación Social*, que já trazia as bases da teoria das mediações, também desenvolvida em outras de suas obras.

> co, político, cultural; a 'socialidade' [...] E, finalmente, as novas 'ritualidades' que acontecem em relação aos novos formatos industriais possibilitados pela tecnicidade. [...] Era preciso assumir não a prioridade dos meios, mas sim que 'o comunicativo está se transformando em protagonista de uma maneira muito mais forte'.

Tal reformulação já estava presente no livro *Ofício de Cartógrafo*, publicado no México em 2002 e no Brasil em 2004, no qual Martín-Barbero (2004, p. 228) discute a reinserção do estudo da comunicação no campo da cultura, ao constatar que "o lugar da cultura na sociedade muda quando a mediação tecnológica da comunicação deixa de ser meramente instrumental para se converter em estrutural". Com "um novo mapa que dê conta da complexidade nas relações constitutivas da comunicação na cultura", ele recoloca a comunicação como protagonista das relações sociais e culturais contemporâneas, reconhece que as novas configurações da sociedade criam novos usos sociais das mídias e se dispõe a encarar "a nova trama comunicativa da cultura". (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 229) Nilda Jacks (2008, p. 35) lembra que é na tensão "entre as inescapáveis lógicas do mercado e das tecnologias de comunicação/informação e as mediações histórico-culturais que o pensamento crítico vislumbra uma possibilidade de refletir a relação da cultura com os meios de comunicação" e estuda, com profundidade, as transformações no pensamento de Martín-Barbero, que volta a priorizar os meios de comunicação no estudo dos processos comunicativos presentes na sociedade:

> A passagem do modelo das *mediações culturais da comunicação* para o das *mediações comunicativas da cultura* recoloca a necessidade formal de trabalhar os meios e todos os recursos que os rodeiam de forma mais enfática para entender a cultura contemporânea, sem deixar, entretanto, de considerar todos os elementos da estrutura sociocultural que configuram a relação das pessoas com os meios de comunicação. (JACKS, 2008, p. 39, grifo do autor)

Essa transição pode ser vista como um movimento dialético e não, necessariamente, como uma ruptura, como a negação da formulação primeira. Veneza Ronsini registra esse processo que levou Martín-Barbero à retomada da comunicação como elemento central da vida cultural e social das pessoas. "Mas, ao contrário do pensamento pós-moderno para o qual tudo é cultural, para Barbero o protagonismo do comunicativo não apaga os determinantes econômicos, geracionais, étnicos ou de gênero". (RONSINI, 2010, p 10)

Se há um remanejamento na concepção das mediações, vale indagar se com isso a recepção fica fora do foco em que se mantinha, com evidência, na formulação anterior. Parece que não. Ocorre que a comunicação quando vista no contexto da cultura mantém o sentido do "tornar comum", do "compartilhar". O reconhecimento do fenômeno de midiatização da cultura contemporânea não implica, necessariamente em desvalorizar a dimensão humana do processo comunicacional. Ao pensar na "complexidade das relações constitutivas da comunicação na cultura", Martín-Barbero valoriza a socialidade e a ritualidade, dimensões essenciais da natureza humana em interação com o contexto social. Essa valorização da dimensão antropológica das relações comunicativas recoloca os agentes das dinâmicas de produção e fruição como sujeitos dos processos que se dão.

No campo da recepção, o processo de produção de sentidos extrapola o exercício de decodificação da mensagem recebida; ele se dá a partir das apropriações feitas pelos receptores, à luz de seu campo semântico e pragmático. O sentido não está, portanto, nos limites do composto meio-mensagem; mas, presente nas dinâmicas que envolvem os sujeitos do processo comunicacional: emissor e receptor, seres sociais, em interação com outros indivíduos, instituições e movimentos sociais.

Braga identifica "um terceiro sistema de processos midiáticos" na sociedade, que "corresponde a *atividades de resposta* produtiva e direcionadora da sociedade em interação com os produtos midiáticos". (BRAGA, 2006a, p. 22, grifos do autor) Ou seja, para além das relações da sociedade

com a mídia e das interações entre emissor e receptor e deles com a coletividade, existe um "sistema de interação social sobre a mídia", um "sistema de resposta social", que merece ser estudado para que se entenda como a "a sociedade enfrenta sua mídia". Tal proposta de Braga (2006a, p. 307) estabelece uma relação dialética entre mídia e sociedade. Ele justifica o termo "enfrentamento" por notar que diferentes setores da sociedade "se voltam, reflexiva e/ou ativamente sobre a mídia, seus produtos e processos. Põem-se 'de frente' para interpretá-la". Mas explica que "'enfrentar' não significa necessariamente se contrapor, oferecer resistência ou entrar em conflito aberto".

Nesse "enfrentamento" entre mídia e sociedade não existe, portanto, uma relação de causalidade ou de dicotomia, que aponte para a submissão de uma instância à outra ou para uma situação de conflito permanente onde as duas instâncias sejam postas em condições de antagonismo. Para pensarmos a sociedade midiatizada não nos servem nem as teorias dos efeitos da mídia, presentes nas formulações funcionalistas, nem a visão apocalíptica da teoria crítica. Precisamos hoje pensar os processos midiáticos de maneira menos linear. E neste sentido os conceitos de mediação e midiatização oferecem novas perspectivas de análise. Recorremos a Braga (2006a, p. 307-308), uma vez mais:

> Longe das características monolíticas e de padronização da ação midiática na sociedade (que algumas posições analíticas tendem a assumir), a sociedade 'elabora' e trabalha uma diversidade significativa de perspectivas. Não só 'vê' o objeto segundo ângulos diferenciados, mas, ao fazê-lo, faz circular essa variedade. A sociedade dispõe (pelo menos potencialmente) de processos de enfrentamento que, por sua pluralidade mesmo, por pouco que haja (ou houvesse) acesso a essa diversidade, seriam estimuladores de reflexão, cotejo e aprendizagem. Os dispositivos sociais elaboram múltiplas perspectivas e as fazem circular.

Esses dispositivos sociais podem ser pensados na perspectiva das mediações, como sistema de representações e apropriações com o qual a "so-

ciedade enfrenta a sua mídia". A sociedade tem nesses dispositivos fatores geradores de "reflexão, cotejo e aprendizagem" que funcionam, podemos dizer, como balizadores nos processos de interpretação, apropriação e produção de sentidos. Essa ideia de balizadores referenciais também está presente na teoria das mediações. Em diferentes classificações – cognitivas, situacionais, institucionais, tecnológicas etc. – elas surgem como um sistema de referências que se faz presente nas relações especulares entre os seres humanos e a mídia.

É possível aproximar os referenciais dos Estudos Culturais, aqui trazidos em articulações com os conceitos de mediação e midiatização, com outros movimentos e grupos que também se ocupam com a questão da recepção e da produção de sentidos. É o caso, por exemplo, da Escola de Konstanz, que tem em Hans Robert Jauss e Wolfgang Iser os autores mais conhecidos por parte da academia brasileira. É, também, o caso dos ensaios de Hermenêutica de Paul Ricœur, que propõem o deslocamento "do texto à ação", e das reflexões sobre "experiência estética" de Mikel Dufrenne, que observa a metamorfose do objeto quando de sua apropriação por parte do receptor. Elas se configuram como chaves de leitura dos processos e produtos comunicacionais que ultrapassem o exercício sintático-semântico do composto meio-mensagem e se lancem a uma análise semântico-pragmática da produção de sentidos, não se limitando aos contornos da mensagem, na qual o texto faz parte de um contexto e a mídia faz parte das mediações socioculturais. Isso já ficava evidenciado nas proposições originais de Martín-Barbero (1997, p. 228, grifo do autor):

> Abre-se assim ao debate um novo horizonte de problemas, no qual estão redefinidos os sentidos tanto da cultura quanto da política, e do qual a problemática da comunicação não participa apenas a título temático e quantitativo – os enormes interesses econômicos que movem as empresas de comunicação – mas também qualitativo: na redefinição da cultura, é fundamental a *compreensão de sua natureza comunicativa*. Isto é, seu caráter de processo produtor de significações e não mera circulação de

> informações, no qual o receptor, portanto, não é simples decodificador daquilo qual o emissor depositou na mensagem, mas também um produtor.

Esse resgate da figura do receptor como sujeito do processo comunicacional, presente nas formulações mais antigas do pensador espanhol-colombiano, que enfatizavam as mediações socioculturais na comunicação, fica preservado nas reformulações mais recentes do autor, quando ele opta por trabalhar as mediações comunicativas da cultura. A produção de sentidos fica vinculada à experiência estética dos receptores, decorrente dos processos de interpretação e apropriação. O que nos leva ao campo da Hermenêutica. E a interpretação se dá mais além de um processo de "codificação e decodificação", como denomina Hall; ela reflete a "identidade cultural" dos sujeitos da comunicação, dimensão também presente nos Estudos Culturais, que se voltam com frequência às questões de gênero, de classe social, de raça e etnia, e aos confrontos entre modernidade e pós-modernidade. Questões estas hoje vivenciadas, majoritariamente, no contexto da midiatização.

ELEMENTOS DE HERMENÊUTICA

As formulações sobre hermenêutica de Paul Ricœur se reproduzem na concepção de mediações de Matín-Barbero, que foi seu aluno. No caso da comunicação, mais do que a atitude explicativa – ou descritiva – dos fenômenos midiáticos, é preciso enxergar a dimensão interpretativa que se dá no contexto das leituras, marcadas por um diversificado leque de mediações. E na análise desse contexto vale aplicar a ideia de "sistema de circulação interacional" proposto por Braga (2006a, p. 28), no qual ele defende que "o que importa mais é a circulação posterior à recepção". Fazendo um paralelo, poderíamos dizer que os estudos de comunicação devem ultrapassar a "exegese" dos meios, tomados em sua dimensão técnica, a fim de alcançar uma "hermenêutica" das mediações, sejam elas socio-

culturais ou comunicacionais. E isso se dá quando o contexto sociocultural e o próprio processo de midiatização são trazidos para o centro das atenções quando do estudo dos processos de produção de sentidos, que se desdobram em novas construções simbólicas, a partir das apropriações vivenciadas pelas pessoas na sociedade.

Cabe registrar que o pensamento hermenêutico de Paul Ricœur se configura no contexto de uma hermenêutica geral, que desde o século XVIII, com Friedrich Schleiermacher, experimentou um descolamento do campo específico teológico-religioso, para abrigar também outros estudos que se lançam aos processos de interpretação e compreensão de mensagens. Na hermenêutica contemporânea são diversas as aplicações dos fundamentos teórico-metodológicos nascidos no campo da interpretação de textos sagrados e ali contidos até os tempos do Iluminismo. Essa abertura de visada da hermenêutica é o que Ricœur (1990, p. 18, grifo do autor) chama de "desregionalização"; processo que segundo ele se faz acompanhar "de um movimento de *radicalização*, pelo qual a hermenêutica se torna, não somente *geral*, mas *fundamental*".

Dentre outras disciplinas, a hermenêutica está presente, como elemento fundamental, no campo do Direito e da Psicologia, por exemplo. Assim sendo, por que não incorporá-la, de maneira mais sistemática, aos estudos da Comunicação Social e à análise dos fenômenos de mediação e midiatização? É da essência do pensamento hermenêutico o confronto dialético entre texto e contexto, entre poética e estética. Pode também estar presente nas articulações entre mídia e sociedade.

Nas articulações que Ricœur estabelece entre fenomenologia e hermenêutica a questão da interpretação e da compreensão das mensagens – no nosso caso daquelas presentes nos discursos midiáticos, em um contexto de interações midiatizadas – não fica limitada ao plano formal dos códigos, à aparência dos conteúdos emitidos. Ela se desloca para o plano das representações e apropriações culturais, que se dão nas inter-relações entre os processos de produção e recepção dos discursos presentes nas

diversas manifestações midiatizadas e dos desdobramentos dessas inter-relações no contexto social.

A partir da noção psicológica de compreensão, formulada por Wilhelm Dilthey, Ricœur se propõe a pensar a questão da interpretação no campo da hermenêutica. Ele parte da oposição entre explicação e interpretação, definida pelo pensador alemão no confronto entre o saber naturalista, que se lança à explicação dos fenômenos, e a tradição historicista, que se lança à interpretação dos fatos.[3] Ricœur (1998, p. 159, tradução nossa) argumenta que a oposição estudada por Dilthey "não é exatamente entre explicar e interpretar, mas entre explicar e compreender":

> É, portanto, da oposição entre explicação e compreensão que se deve partir. Agora, se essa oposição é exclusiva, é porque, segundo Dilthey, ambos os termos referem-se a duas esferas da realidade que se busca separar. Estas duas esferas são a das ciências naturais e a das ciências da mente.

Neste sentido, poderíamos recuperar o velho confronto entre natureza e cultura, relacionando, por certo, o exercício da interpretação e compreensão ao campo dinâmico da cultura. Mais do que um processo linear e mecânico da codificação e decodificação de mensagens, preso a uma lógica formal, que poderíamos chamar de "infraestrutural", a interpretação – ou mais propriamente a compreensão – nos leva à dimensão "superestrutural" da cultura, que envolve valores e ideologias, presentes nos processos de criação e re-criação dos sentidos.

E quando se fala em produção de sentidos é necessário considerar a centralidade do sujeito. Neste caso, o interesse se dá não em uma relação sujeito-objeto, mas em uma relação sujeito-sujeito, em uma relação compreensiva. Tal relação recupera o caráter metodológico dado por Schleiermacher à hermenêutica, que busca reconstruir o ato criador.

---

3 Ao ressaltar o caráter interpretativo do pensamento histórico, Dilthey remete a discussão ao campo da dialética, bem presente nos movimentos da historiografia.

Essas formulações hermenêuticas podem ser oportunas para as nossas reflexões epistemológicas a respeito do objeto de estudo da comunicação e dos processos de mediação e midiatização. Podem nos ajudar a superar uma visão fragmentada entre meios e mediações. Assim como entre texto e ação existe uma relação de interdependência, entre meios e mediações podemos encontrar nexos que nos permitam vencer a polêmica que se arrasta ao longo dos anos. Nosso objeto de estudos não pode ficar restrito à dimensão técnica dos meios; os processos midiáticos no atual cenário de midiatização da sociedade precisam ser vistos desde a perspectiva das mediações socioculturais que envolvem a comunicação na contemporaneidade.

Esta reflexão sobre possíveis articulações da hermenêutica com os estudos de recepção permite traçar um paralelo com os níveis de estudo do processo sígnico definidos na teoria da informação.[4] Enquanto o nível *sintático* estuda a relação dos signos entre si, o nível *semântico* se ocupa das relações do signo com seu referente, em um plano denotativo. Já no nível *pragmático*, a operação implica as relações do signo com o seu intérprete, em um diversificado leque de conotações. Neste último caso é que se inscrevem os estudos de recepção, marcados por um complexo jogo de mediações; tanto socioculturais, como comunicacionais. Importa, no entanto, que esse processo de produção de sentidos e de apropriação da mensagem por parte do receptor não fique limitado ao texto, mas se desdobre em ações no contexto no qual ele está inserido.

E esse sujeito interage com outros sujeitos, diversos, no processo de interpretação. Trata-se de uma "experiência estética", onde o mais importante, segundo Dufrenne (1992, p. 103, tradução nossa),

> é que o objeto estético ganhe em estar frente a essa pluralidade de interpretações que se ligam a ele: ele se enriquece à medida que a obra encontra um público mais vasto e uma significação mais diversificada. Tudo ocorre como se o objeto estético se metamorfoseasse.

4 Décio Pignatari classifica esses níveis no livro *Informação, Linguagem e Comunicação.*

Por certo, as mensagens veiculadas na mídia se transformam quando os receptores se apropriam delas; não só por conta dos movimentos de interpretação, mas também da circulação e das apropriações sociais que elas experimentam, gerando "interações sociais sobre a mídia", como nos sugere Braga. Ele nos explica que "não encontramos apenas interpretações de produtos específicos que *depois*, uma vez feitas, circulam". (BRAGA, 2006a, p. 36, grifo do autor) A própria interpretação já está marcada pelo contexto sociocultural, não fica restrita ao texto. Para além do plano sintático-semântico do texto, vale o tratamento semântico-pragmático das relações entre texto e contexto. Ou seja, na medida em que as mensagens ganham novos sentidos, elas se desdobram em novas interações, em ações. Na obra *Du texte à l'action: essais d'herméneutique II*, Ricœur (1998, p. 194-195, tradução nossa) nos ensina que entre a teoria do texto e a teoria da ação existe uma relação de interdependência. Afirma ele:

> Razões profundas justificam a transferência da teoria do texto para a teoria da ação e vice-versa. [...] Eu vou dizer que brevemente, de um lado a noção de texto é um bom paradigma para a ação humana; assim como, a ação é uma boa referência para toda classe de textos.

Essa proposição de Ricœur nos permite pensar a relação mídia-receptor como algo bem mais complexo e rico do que as concepções majoritárias das práticas comunicacionais, que se apoiam em uma lógica causal. Não se trata de uma relação de causa e efeito, de estímulo e resposta, justificada no pensamento behaviorista. Ricœur não fala de reação, mas de ação. Com isso nos permite pensar em práxis, em experiência, em vivência.

É, pois, nessa perspectiva de transição "dos meios às mediações" e "do texto à ação" que projetamos boas possibilidades de estudo dos fenômenos comunicacionais em um contexto de midiatização. A hermenêutica nos sinaliza com o diálogo. E neste sentido ela se articula com os modelos teóricos que se voltam aos processos comunicacionais desde uma perspectiva cultural e dialógica, como ocorre com os estudos de recepção

e mediação da vertente latino-americana. Sobre essa dimensão da hermenêutica filosófica, Luiz Rohden (2003, p. 181) argumenta que "no diálogo, o sujeito deve ser visto e assumido em sua real proporção com relação à alteridade, com a liberdade que conquistou na modernidade, em meio aos condicionamentos existenciais e históricos". Ele completa a ideia ao recordar que "o modo próprio de ser da linguagem, da hermenêutica filosófica, pode ser representado pelo jogo, pelo círculo hermenêutico, mas possui seu modo mais apropriado de realizar-se no diálogo".

A ESTÉTICA DA RECEPÇÃO

No mesmo contexto histórico[5] em que foram formulados os Estudos Culturais e os ensaios de Hermenêutica de Ricœur – ambos voltados à estética, mais do que à poética das mensagens – Jauss, Iser e outros pesquisadores propunham, em Konstanz, uma Estética da Recepção. Nela, as relações entre o leitor e a literatura são pensadas em um contexto dialético, no qual *poiesis* e *aisthesis* são postas frente a frente. O que nos permite fazer um paralelo com a relação de "enfrentamento" entre sociedade e mídia em tempos de midiatização. Segundo Jauss (2002, p. 102),

> quando o leitor contemporâneo ou as gerações posteriores receberem o texto, revelar-se-á o hiato quanto à *poiesis*, pois o autor não pode subordinar a recepção ao propósito com que compusera a obra: a obra realizada desdobra, na *aisthesis* e na interpretação sucessivas, uma multiplicidade de significados que, de muito, ultrapassa o horizonte de sua origem.

Wolfgang Iser (2002, p. 107) estabelece uma relação lúdica entre autor e leitor, como que num jogo no qual "o texto é composto por um mundo que ainda há de ser identificado e que é esboçado de modo a incitar o leitor a imaginá-lo e, por fim, a interpretá-lo". Iser fala dessa dupla operação de

5 Meados do Século XX, marcado pela Guerra Fria.

imaginar e interpretar, que leva o leitor a construir novas formas e sentidos, a partir de seu contexto, "transgredindo" as referências propostas no texto. Para ele, "não importa que novas formas o leitor traz à vida: todas elas transgridem – e, daí, modificam – o mundo referencial contido no texto".

Essa ideia de um receptor transgressor nos permite pensar que a "experiência estética" se desdobra no que poderíamos chamar de "experiência poética", pois ela é muito mais que *aisthesis*; nela se opera uma nova produção, uma nova *poiesis*. Cabe aqui resgatar alguns argumentos de Maria Tereza Cruz (1986, p. 57):

> A 'estética da recepção' apresentar-se-ia, então, como uma expressão pleonásmica, a não ser que aceitemos ver nela, precisamente, o julgamento da oposição entre 'poiesis' e 'aisthesis'. De fato, aquilo a que ela parece referir-se não é uma recepção passiva, nem sequer uma simples decodificação. A recepção de uma obra literária é entendida como um processo complexo no qual a obra é recriada, tornando-se assim um produto da sua interação com o leitor. A recepção seria portanto, também, de certa forma, uma produção, cujas determinantes se trata de novo de descobrir, já não pelo lado do autor, mas pelo lado do leitor. Um discurso, pois, que poderíamos tanto apelidar de 'estética da recepção' como de poética da recepção.

É na perspectiva da compreensão que os autores da Escola de Konstanz formulam sua "estética da recepção"; que – como nos adverte a autora portuguesa – também pode ser pensada como "poética da recepção". E essa relação que coloca em interação autor e leitor, no campo dos estudos da literatura, pode ser aplicada também à interação entre mídia e sociedade no contexto da midiatização, como uma relação de mútua influência, uma relação especular, de espelhamento.

Nos argumentos de Karlheinz Stierle (2002, p. 145), os limites da recepção estão na própria condição e disposição do receptor:

> O processo de recepção encontra seu limite apenas na capacidade do leitor em apreender o texto, clara e distintamente,

> como um conjunto infinito de relações constitutivas de sentido. As fronteiras que se colocam para a recepção são tanto as fronteiras subjetivas da percepção e da faculdade de julgar, quanto as objetivas de um potencial de recepção disponível em uma situação histórica dada.

Considerando em especial os textos literários, ele pondera que “o leitor preenche os vazios do texto, com sua própria criatividade”. (STIERLE, 2002, p. 149) Não é só na literatura de ficção ou nas obras de arte que o processo de fruição se dá de forma aberta e recriativa, a partir da criatividade do receptor. No universo da comunicação midiática o receptor é constantemente desafiado a empreender nova poética no exercício da estética. As dimensões lúdicas e oníricas de muitos produtos midiáticos convidam os receptores a preencherem os vazios, ao exercício da imaginação e construção de novos sentidos. E isso se torna ainda mais evidente no contexto da interconexão midiática, sustentada por aparatos e sistemas digitais, que facilitam a apropriação e reelaboração de conteúdos, sua manipulação em operações colaborativas e sua redistribuição em redes de relacionamento. Neste novo cenário de midiatização generalizada, híbrido e dinâmico, as possibilidades de circulação de informações que provoquem desdobramentos sociais se aceleram e se intensificam.

Se entendermos que a experiência estética se desdobra em experiência poética, podemos projetar a sociedade como lugar dessa nova produção de sentidos e pensar na ideia de “resposta social” proposta por Braga. Ele parte da hipótese de que “a abrangência dos processos midiáticos, na sociedade, não se esgota nos subsistemas de produção e de recepção” e considera que “desde as primeiras interações midiatizadas, a sociedade *age e produz* não só com os meios de comunicação, ao desenvolvê-los e atribuir-lhes objetivos e processos, mas sobre os seus produtos, redirecionando-os e atribuindo-lhes sentido social”. (BRAGA, 2006a, p. 21-22, grifo do autor) Nesse sistema “os sentidos midiaticamente produzidos chegam à sociedade e passam a circular nesta, entre pessoas, grupos e

instituições, impregnando e parcialmente direcionando a cultura". (BRAGA, 2006a, p. 27) Ou seja, a produção de sentidos deixa de ser uma operação individual e localizada, limitada aos processos de produção e recepção da comunicação, para se estender de maneira dinâmica, prolongada e dispersa nos tecidos sociais. Entende-se que é nessa perspectiva que Braga (2006a, p. 39, grifos do autor) afirma que a sociedade "não apenas sofre os aportes midiáticos, nem apenas resiste pontualmente a estes"; mas que ela "se organiza *como sociedade*, para fazer circular, de modo necessariamente trabalhado, o que as mídias veiculam", o que corresponde a dizer que:

> A mesma sociedade que, por alguns de seus setores, grupos e linhas de ação, gera a midiatização enquanto sistema produtivo, por outros setores e atividades complementa essa midiatização por meio de operações de trabalho e de circulação comentada daquilo que o sistema produtivo oferece ao sistema de recepção. (BRAGA, 2006a, p. 39)

Na mesma linha de valorização da emergência da midiatização na sociedade, Fausto Neto fala de uma evolução da "sociedade dos meios" para uma "sociedade da midiatização". Esta segunda categoria, bem contemporânea e mais condizente com a realidade, sustenta-se na ideia de que a "cultura midiática se converte na referência sobre a qual a estrutura sócio-técnica-discursiva se estabelece, produzindo zonas de afetação em vários níveis da organização e da dinâmica da própria sociedade". (FAUSTO NETO, 2008, p. 93) A ideia de midiatização da sociedade se afasta, portanto, de uma visão instrumental de comunicação, onde a mídia é vista apenas como suporte, em sua dimensão técnica. Como detalha Fausto Neto (2008, p. 93), as mídias perdem o "lugar de auxiliaridade e passam a se constituir uma referência engendradora no modo de ser da própria sociedade, e nos processos e interação entre as instituições e os atores sociais"

Mais que instrumento destinado a cumprir certas funções sociais (ou comerciais), a mídia é elemento estruturante da vida social, que in-

terfere no próprio modo de organização da vida em sociedade. Uma sociedade midiatizada.

ARTICULAÇÕES FINAIS

São várias as articulações possíveis entre os Estudos Culturais, da *New Left* Inglesa, a Hermenêutica de Ricœur e a Estética da Recepção, da Escola de Konstanz, na formação do pensamento comunicacional latino-americano, em suas investidas nos estudos da recepção e dos processos de produção de sentidos. Mais ainda, a incorporação dos conceitos de mediação e midiatização – delineados neste trabalho e bem problematizados nos diversos textos que compõem este livro – certamente trará maior adensamento e complexidade a esses estudos, dando a eles melhor fundamentação teórica e metodológica. De modo que os estudos da recepção e da produção de sentidos passem a considerar a existência de um "sistema de interação social sobre a mídia", como nos propõe Braga, que promove a circulação de expressões e impressões culturais, no contexto de uma *cultura midiatizada*.

É fato que aquelas correntes teóricas europeias têm diferenças estruturais e bases epistemológicas particulares e foram desenvolvidas em contextos sociais bem distintos, mas é possível estabelecer algumas articulações entre elas e delas com outras desenvolvidas na América Latina. Elas merecem ser reestudadas a partir de uma visada contemporânea, que as articule com os dois conceitos que aqui nos trazem: mediação e midiatização. Especialmente em tempos de reformulação de teorias bem difundidas, como é o caso das revisões propostas por Martín-Barbero em seu modelo; também, no desenho de uma terceira dimensão na estrutura do processo comunicacional, proposto por José Luiz Braga, no contexto de um *ethos* midiático, conforme Muniz Sodré denomina o contexto da midiatização contemporânea.

Para quem se interessa pela recepção e pelos usos que os receptores fazem dos produtos midiáticos, cabe abrir novas perspectivas de estudo,

articulando os conceitos de mediação e midiatização. E neste sentido, as três correntes teóricas aqui revisitadas, em diálogo com formulações propostas por pensadores latino-americanos, podem merecer nossa atenção.

Sobre as articulações entre mediação e midiatização, que permearam nossa reflexão, reafirmamos que elas podem ser pensadas como conceitos complementares, vez que a existência de "dispositivos crítico-interpretativos em um sistema social de resposta" (BRAGA, 2006a, p. 309) tem o seu balizamento regido por um complexo e dinâmico sistema de mediações socioculturais nos quais estão inseridos os receptores individual e coletivamente. É verdade que vivemos em uma sociedade midiatizada; mas também é verdade que os processos de produção de sentidos passam por esses dispositivos que extrapolam os limites da midiatização e se completam por dinâmicas de mediação, em um "sistema de circulação diferida e difusa" que caracteriza "a interação social sobre a mídia", conceitos também formulados por Braga. Há de se avançar nessa reflexão, que aqui foi trazida desde a perspectiva da recepção, da interpretação e das apropriações socioculturais, bem presentes nos pressupostos teóricos europeus e latino-americanos revisitados neste texto. Vivemos em uma cultura midiatizada, que pode ser mais bem compreendida a partir das mediações culturais da comunicação e das mediações comunicacionais da cultura. E é nesta segunda concepção de mediação que enxergamos a proximidade com a ideia de midiatização.

REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta a sua mídia*: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006a.

______. Sobre "mediatização" como processo interacional de referência. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 15., 2006b. Bauru. *Anais*... Bauru: Compós, 2006b.

CRUZ, Maria Teresa. A Estética da Recepção e a Crítica da Razão Impura. *Revista Comunicação e Linguagens*, Lisboa, n. 3, p. 57-67, jun. 1986.

DUFRENNE, Mikel. *Phénoménologie de l'expérience esthétique – Tome II – La perception esthétique*. Paris: Presses Universitaires de France, 1992.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz Tadeu (Org.). *O que é, afinal, Estudos Culturais?* Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

FAUSTO NETO, Antônio. Fragmentos de uma "analítica" da midiatização. *Revista Matrizes*, São Paulo, n. 2, abr. 2008.

HALL, Stuart. *Da Diáspora*: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

IANNI, Octavio. *Teorias da globalização*. 8. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000a.

______. *Enigmas da modernidade-mundo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000b.

ISER, Wolfgang. O jogo do texto. In: LIMA, Luiz Costa. *A literatura e o leitor*: textos de Estética da Recepção. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 105-118.

JACKS, Nilda (Coord.). *Meios e audiências*: a emergência dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegra: Sulina, 2008.

JAUSS, Hans Robert. O prazer estético e as experiências fundamentais da *poiesis, aisthesis* e *katharsis*. In: LIMA, Luiz Costa. *A literatura e o leitor*: textos de Estética da Recepção. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 85-103.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

______. *Ofício de cartógrafo*: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Loyola, 2004.

______. Uma aventura epistemológica. Entrevistador: Maria Immacolata Vassalo de Lopes. *Matrizes,* São Paulo, v. 2, n. 2, p. 143-162, 2009.

MARTÍN SERRANO, Manuel. *La mediación social*. Madri: Akal, 1977.

MATTOS, Maria Ângela; VILLAÇA, Ricardo Costa. Aportes para uma nova visada da metapesquisa em Comunicação. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 20., 2011. Porto Alegre. *Anais*... Porto Alegre: Compós, 2011.

RICŒUR, Paul. *Du texte à l'action: Essais d'herméneutique II*. Paris: Ed du Seuil, 1998.

______. *Interpretação e ideologias*. Rio de Janeiro: F. Alves, 1990.

ROHDEN, Luiz. *Hermenêutica filosófica*: entre a linguagem da experiência e a experiência da linguagem. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

RONSINI, Veneza M. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 19., 2010. Rio de Janeiro. *Anais*... Rio de Janeiro: Compós, 2010.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho*: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

STIERLE, Karlheinz. Que significa a recepção dos textos ficcionais? In: LIMA, Luiz Costa. *A literatura e o leitor*: textos de Estética da Recepção. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002. p. 119-171.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011.

Pode o conceito reformulado de *bios midiático* conciliar mediações e midiatização?

GISLENE SILVA

Na ementa convocatória deste livro pergunta-se pelas diferenças, articulações e tensionamentos entre mediação e midiatização e quais os limites e potencialidades desses dois conceitos para pensar a realidade comunicacional contemporânea. Nesta reflexão proponho expor certa inquietação por perceber muito mais proximidade do que distanciamento entre tais conceitos, diferentemente do modo como eles vêm sendo operados entre nós, quase sempre em contraposição ou radicalmente separados. No trajeto, percorro a resposta a uma pergunta particular: pode o conceito reformulado de *bios midiático* conjugar as noções de mediações, midiatização e ainda de interação comunicacional?

Tais como as várias acepções de mediação propostas por Martín-Barbero, e por ele mesmo expostas em contínuos rearranjos, são diversos os empregos da ideia de mediações nos estudos de Comunicação no Brasil. O autor tem sido reconhecido pela contribuição inaugural que sacudiu o campo da Comunicação na América Latina ao fazer o deslocamento dos meios às mediações, provocando uma virada na abordagem mais comum que investiga o processo comunicacional a partir da centralidade dos meios massivos, do universo da emissão, podemos dizer. "O eixo do debate deve se deslocar dos meios para as mediações, isto é, para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes tempo-

ralidades e para a pluralidade de matrizes culturais". (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 258) A perspectiva privilegiaria, então, os sujeitos e não mais as instituições midiáticas e suas tecnologias. Juntamente deslocariam-se as questões da política e da cultura para o lugar de onde se olharia a integralidade do processo de comunicação, "desde o receptor". Veio daí o auxílio para problematizar a área de estudos da recepção, apontando para "a necessidade de modelos interpretativos das práticas sociais de comunicação mediatizada, de forma mais abrangente" (SOUSA, 2006, p. 17), para se trabalhar a recepção no ambiente das relações sociais e culturais mediadoras da comunicação, tomada como processo social e como atividade complexa de interpretação e produção de sentido. (SOUSA, 2006, p. 19) Ou seja, numa dimensão que envolveria mais as mediações sociais e culturais do processo comunicacional do que as conexões de exposição e resposta às diferentes mídias.

Martín-Barbero (1997) apontou para conjuntos de mediações. Primeiramente, cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural. Em 2002, quando lançou *Ofício de cartógrafo*, buscando traçar um novo mapa, dispôs as mediações em dois eixos: um diacrônico, tensionado entre matrizes culturais e formatos industriais, e outro sincrônico, tensionado pelas lógicas de produção e competências de recepção e consumo. Movimentando as relações entre esses eixos estariam posicionadas quatro mediações, nomeadas tanto como regimes quanto como mediações comunicativas da cultura: institucionalidade, tecnicidade, ritualidade e socialidade.[1] A delimitação conceitual de mediação para Martín-Barbero, como bem demonstrou Signates (2006), continua pouco visível, sugerindo mediações de naturezas diferentes, entendidas e incorporadas nas pesquisas ora como categoria teórica, prática vinculatória, local geográfico, instituição, ora como discursividade, entre outras.

1 Edição brasileira ano 2004.

A proposta de Orozco Gómez (1991) organiza as mediações de outro modo. Para fugir das polaridades, sugere mediações múltiplas, que viriam de múltiplas fontes também. Sistematiza as mediações em quatro grupos: individual, situacional, institucional e videotecnológica ou massmediática. Porém, complexificando o modelo, elenca diferentes fontes de mediações: cultura, política, economia, classe social, gênero, idade, etnicidade, os meios, as condições situacionais e contextuais, as instituições e os movimentos sociais. Novos conjuntos de mediações, portanto.

As críticas que têm sido feitas especialmente à teoria das mediações de Martín-Barbero, e às suas apropriações em estudos brasileiros, diz respeito à centralidade dada à cultura e não à comunicação. Aponta Signates (2006, p. 75):

> O valor epistêmico do olhar sobre as mediações culturais parece repetir esse talvez insuperável deslocamento, que torna a comunicação um objeto oblíquo. [...] a perspectiva das mediações desloca o olhar da comunicação para os sentidos que a transcendem, vinculados à cultura e suas matrizes de significação complexa e múltipla.

> Martín-Barbero, é verdade, tem o mérito de ver a comunicação como processo (como mediação, afinal), mas é econômico sobre a natureza desse processo. No final, nos oferece uma sociologia atenta aos fenômenos contemporâneos, onde o conceito de mediação aponta para a insidiosa penetração de significações não previstas nos produtos culturais, um movimento concomitante e inexpugnável à própria circulação de signos na cultura. [...] Não é, de todo modo, uma análise voltada aos fenômenos da comunicação. [...] Um ponto de vista comunicacional pedirá às mediações uma arquitetura conceitual mais robusta. (BASTOS, 2008, p. 88)

Ao dizer do risco em ultrapassar as fronteiras facilmente demarcadas do território “meios de comunicação”, Braga (2011, p. 67) trata daquilo que entende como confusão entre comunicação e cultura.

> Um exemplo dessa imersão do comunicacional no cultural são alguns trabalhos em torno das mediações, a partir de J.M. Barbero. Ao passar dos meios às mediações, às vezes o que parece haver de propriamente comunicacional nas relações dos usuários com a mídia parece se diluir no 'cultural'.

Na crítica que Marcondes Filho faz aos impasses de uma teoria da comunicação latino-americana, ele diz sobre Martín-Barbero, que considera como, talvez, o pensador latino mais lido e citado na área de comunicações do Brasil:

> Em sua *teoria das mediações* fica claro como ele desprende o processo comunicacional da investigação de seu processamento próprio para transferir para o campo social maior – já, portanto, no espaço da sociologia – o modo de realização, os efeitos ou impactos comunicacionais. Esses estudos são necessários, importantes e originais em certa medida, mas já não são mais específicos da área da comunicação. Comunicação aí não passa de um exemplo, se bem que significativo, das interações sociais. (MARCONDES FILHO, 2008, p. 69)

> [...] pela mediação, diz Martín-Barbero, pode-se recolocar o problema da cultura, quer dizer, 'o modo como trabalha a hegemonia e as resistências que mobiliza'. Vê-se, assim, que a comunicação é apenas um álibi dentro de um discurso que, em sua intencionalidade, é de natureza genuinamente política. (MARCONDES FILHO, 2008, p. 71)

Porém, o próprio Martín-Barbero explica, em entrevista, sua necessidade de virar-se mais em direção ao campo comunicacional, quando migrou das mediações culturais da comunicação para as mediações comunicativas da cultura; como se destacasse a distinção entre matrizes culturais e mediações comunicativas. Transcrevo:

> Inverto meu primeiro mapa e proponho as 'mediações comunicativas da cultura', que são: a 'tecnicidade'; a 'institucionalidade' crescente dos meios como instituições sociais e não apenas aparatos, instituições de peso econômico, político, cultural;

> a 'socialidade' – como o laço social está se transformando para os jovens, como as relações entre pais e filhos, e entre casais, estão mudando. [...] tinha que fazer uma mudança que não era ir das mediações aos meios, mas perceber que a comunicação se adensava diante da nova tecnicidade, era a 'institucionalidade' da tecnicidade. Pode-se continuar falando 'das mediações dos meios', mas 'mediação' para mim sempre foi outra coisa que tem muito mais relação com as dimensões simbólicas da construção do coletivo. Preferi falar, então, de 'mediações comunicativas da cultura', e quando digo da cultura não falo somente de seus produtos, mas digo da sociedade, da política. [...] A mudança foi esta: reconhecer que a comunicação estava mediando todos os lados e as formas da vida cultural e social dos povos. Portanto, o olhar não se invertia no sentido de ir das mediações aos meios, senão da cultura à comunicação. Foi aí que comecei a repensar a noção de comunicação. (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 151, 153)

A mudança se deu, portanto, por razões de amplitude além das críticas. Ao participar do reconhecimento da contribuição do percurso intelectual de Martín-Barbero para o pensamento comunicacional latino-americano, Renato Ortiz vai dizer que dificilmente a obra *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia* poderia restringir-se ao campo dos estudos em comunicação, uma vez que os diversos temas aí tratados integrariam uma perspectiva mais ampla, mais apropriadamente a da sociologia da cultura (ORTIZ, 1999, p.71).

> O que Martín-Barbero denomina de 'mediação' se aproxima em muito do que denominamos muitas vezes de relações sociais e culturais. O processo de produção e difusão de bens culturais industrializados só pode ser entendido quando contraposto às diversas instâncias que compõem a sociedade moderna. (ORTIZ, 1999, p.73)

As críticas concentram-se, como disse de início, na centralidade dada à cultura, na sua prevalência dentro do debate comunicacional. No centro do mapa redesenhado por Martín-Barbero, no prefácio à 2ª. edição brasileira em 2003, aparecem juntas a comunicação, a cultura e a política –

e nessa ordem, como que sugerindo no traçado das relações constitutivas entre cultura e política (explicitadas em sua obra principal) a especialização comunicativa do cultural e do político.

Quando passamos à ideia de midiatização, porém, vamos nos ver frente à centralidade dada novamente às mídias, em configuração bastante longíqua daquela centralidade dos meios enfrentada pelas mediações de Martín-Barbero. Não se trata mais ou apenas de abandonar o midiacentrismo ou "romper com a segurança proporcionada pela redução da problemática da comunicação à das tecnologias". (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 285) O desafio é de outra ordem, o de pensar e compreender esse estágio ou estado de midiatização. O próprio Martín-Barbero (2004, p. 229), ao voltar-se para a demanda de trabalhar as mediações comunicativas justifica: "pois as mídias passaram a constituir um espaço-chave de condensação e interseção da produção e do consumo cultural".

As razões desta centralidade do midiático são várias. Ao problematizar recepção midiática e espaços públicos, Sousa observa que a comunicação presencial e interpessoal, matriz do processo das relações sociais, ao receber o concurso da técnica e chegar à comunicação coletiva, efetiva um novo modo de compreender a comunicação neste século. "Comunicação e técnica, ou comunicação coletiva midiatizada, passou a ser a centralidade crescente do processo da comunicação na vida social". (SOUSA, 2006, p. 15)

Outras razões da centralidade da mídia hoje são relembradas por Braga, em 2011, especificamente três sobre as quais havia refletido dez anos antes: (1) porque a presença dos meios audiovisuais viabilizou a percepção histórica do comunicacional como questão diretamente problematizável; (2) porque nas comunicações do nosso tempo, o aparato mediático geral tem importância primordial entre outras interações extra-mediáticas; e (3) porque o mediático interfere e interage profundamente com os espaços não-mediáticos, em função de suas características de inclusividade e penetrabilidade. "É esse conjunto de fatores que nos permite afirmar que vivemos em 'sociedade de comunicação' ou 'sociedade mediática'". (BRAGA, 2011,

p. 68-70) Ao repassar tal abordagem, Braga vai relativizar o uso enfático do termo mídia, que lhe parece levar a equívocos, seja por sublinhar a ideia de mídia-empresa, seja a de mídia-tecnologia. E opta por midiatização.

> Adotando a expressão midiatização, seremos mais exatos, pois a expressão faz ressaltar os processos comunicacionais envolvidos. [...], podemos entender a midiatização como um conjunto complexo de ações *de sociedade* (incluindo aí, é claro, a organização empresarial e o desenvolvimento tecnológico) que crescentemente se estabelecem como *processo interacional de referência*, passando a abranger e direcionar os processos gerais anteriores: os da escrita, que anteriormente (e ainda) se apresenta como processo de referência principal, subsumindo a generalidade de processos; e os da oralidade tradicional. (BRAGA, 2011, p. 69)

Tenho a percepção de que Braga (2001, p. 70) acolhe o conceito de midiatização para pensar como enfrentar, epistemologicamente, a disjunção entre mídia e interação.

> Essa perspectiva, naturalmente, nos leva a propor uma 'continuidade' entre os processos comunicacionais de midiatização e os processos de comunicação mais distantes do 'midiatizado'. Na sociedade contemporânea, seria difícil fazer um corte nítido entre fenômenos comunicacionais da processualidade midiatizada e fenômenos comunicacionais outros, diversamente inscritos no fluxo comunicacional.

Ou seja, nesta junção, ele unifica o midiatizado e o não-midiatizado (ou os 'outros' fenômenos comunicacionais, 'os mais distantes da midiatização", os sem relação de contiguidade imediata com a mídia') e propõe o conceito de interações. Para investir nesta unificação, Braga, na revisão que faz em 2011, dispensa a sua anterior contraposição entre mídia e interação porque, assim dessa maneira, ambas pareceriam objetos temáticos, e essa visada deveria ser superada de modo epistêmico para dar lugar a certos tipos de processos caracterizados por uma perspectiva comunicacional. "Que se busque capturar tais processos e suas características nas

mídias, na atualidade, nos signos, em episódios interacionais – não faz diferença" (BRAGA, 2011, p. 69), desde que resulte na explicitação de fenômenos comunicacionais.

Braga mantém sua recusa em tomar o fenômeno comunicacional como conversação, discordando de Rüdiger, por considerar que conversação leva ao entendimento de uma extensão da conversa presencial e dialógica. Reitera, portanto, sua escolha por uma única ideia, a de interação. Mas, assim como Martín-Barbero, parece sentir necessidade de se deslizar do conceito de interações sociais para o de interações comunicacionais. "Uma maneira (intuitiva e não 'definidora') de referir-se à interação comunicacional é considerar que se trata aí dos processos simbólicos e práticos" que, organizando trocas entre os seres humanos, viabilizariam diversas ações e objetivos em que se veem engajados na sociedade e no enfrentamento de injunções do mundo, no "estar em contato", de modo solidário ou conflitivo. (BRAGA, 2011, p. 66)

Esse modo de ordenação, me parece, tem afinidade com o que propõe Sodré quando problematiza o conceito de midiatização para chegar ao conceito de *bios midiático*. Também ele, no mesmo exercício de Braga em identificar qual o objeto da Comunicação, critica os limites epistemológicos impostos pela fixação nas práticas de mídia:

> Efetivamente, se olharmos para o campo comunicacional apenas como um mero reflexo das práticas de mídia, sempre orientadas para uma antecipação acelerada do futuro, a cognição daí decorrente não parecerá dispor de qualquer objeto próprio. Por outro lado, é difícil pensar no conceito de 'um' objeto para uma disciplina social atravessada pela profunda fragmentação, tanto dos fenômenos que procura conhecer quanto de seu próprio campo teórico. (SODRÉ, 2008, p. 222)

Apesar disso, acredita ser possível sustentar um núcleo objetivável para pensar o fenômeno comunicacional. É a partir daí que levanta a ques-

tão da midiatização. Começa por tratar do alcance do termo midiatização em sua diferença de mediação.

> Com efeito, toda e qualquer cultura implica mediações simbólicas, que são linguagem, trabalho, leis, artes, etc. [...]. Para se inscrever na ordem social, a mediação precisa de bases materiais, que se consubstanciam em instituições ou formas reguladoras de relacionamento em sociedade. As variadas formas da linguagem e as muitas instituições mediadoras (família, escola, sindicato, partido, etc.) investem-se de valores [...]. Valores e normas institucionalizados legitimam e outorgam sentido social às mediações. [...]
>
> Já a midiatização é uma ordem de mediações socialmente realizadas no sentido da comunicação entendida como processo informacional, a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação – a que poderíamos chamar de 'tecnointeração' – caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada *medium*. (SODRÉ, 2008, p. 21)

Na contemporaneidade, é essa "mediação social tecnologicamente exacerbada" que, para Sodré (2008, p. 24), define-se como midiatização, processo com relativa autonomia em face das formas interativas presentes nas mediações tradicionais. Porém, observo ocorrer no pensamento de Sodré também um tipo de deslizamento ou migração, da midiatização para o *bios midiático*. Ao procurar a possibilidade do fio condutor de sentido para o campo comunicacional, Sodré sugere como núcleo objetivável a vinculação entre o eu e o outro, a apreensão do ser-em-comum (individual ou coletivo), seja sob a forma da luta social por hegemonia política e econômica, seja sob a forma do empenho ético de reequilíbrio das tensões comunitárias. A luta social, indica ele, deve ser entendida no nível relacional ou da veiculação e as tensões comunitárias no nível da vinculação. O da veiculação/relacional trata das antropotécnicas ou práticas de natureza empresarial (privada ou estatatal) voltadas para o contato entre sujeitos

sociais por meio de tecnologias informacionais como imprensa escrita, rádio, televisão, publicidade etc., sendo societal a natureza dos dispositivos da mídia. Quer dizer, a retórica neste caso seria eletronicamente materializada e ampliada pelos dispositivos tecnológicos de comunicação. Aqui a ideia de midiatização. A vinculação, por sua vez, se define como condição originária do ser, lugar social da interação intersubjetiva, "práticas estratégicas de promoção ou manutenção do vínculo social, empreendidas por ações comunitaristas ou coletivas", pautando-se por modos diversos de reciprocidade comunicacional (afetiva e dialógica) entre os indivíduos, e, portanto, de natureza sociável. (SODRÉ, 2008, p. 234)

O conceito de *bios midiático* na proposição de Sodré, tal como ocorre no de mediações em Martín-Barbero, se mostra em constante movimento.

> O campo da mídia – linear (tradicional) e reticular (novíssima) – incide sobre um outro modo de sistematização social, sobre um outro *eidos* (substância primeira, essência), que é a realidade simulada, vicária ou ainda virtual. O território da mídia é um quarto *bios* existencial, o *bios* midiático. (SODRÉ, 2008, p. 234)

> [...] as práticas socioculturais ditas comunicacionais ou midiáticas vêm se instituindo como um campo de ação social correspondente a uma nova forma de vida, que propomos chamar de *bios midiático*. Essas práticas – uma espécie de antropotécnica eticista – não esgotam nem sistematizam o problema da vinculação, uma vez que dizem mais respeito propriamente à relação socialmente gerida pelos dispositivos midiáticos e, portanto, do mercado. (SODRÉ, 2008, p. 233)

Mais adiante, o *bios midiático* é a resultante da evolução dos meios e de sua progressiva interseção com formas de vida tradicionais. (SODRÉ, 2008, p. 238)

Se há tal interseção entre (a) a clássica comunicação mediada, (b) as "formas de vida tradicionais" e (c) os novos modos de comunicação virtual, pergunto se *bios midiático* não seria a chave epistêmica para apreendermos o objeto da Comunicação e compreendermos a especificidade do

fenômeno comunicacional frente aos demais campos de conhecimento – entendendo essas "formas de vida tradicionais" como elemento forte tanto na teoria das mediações, como na de interação comunicacional e, claro, na de vinculação. Percebo no conceito de *bios midiático* a potencialidade de integralização da diversidade das manifestações, concretas e abstratas, do processo comunicacional. A mesma vontade de unicidade, e sem receio de dizer, de totalidade que podemos entrever no conceito reformulado de mediações de Martín-Barbero e no conceito revisitado de interação posto por Braga.

Há mais complexidade aí do que quando tentamos inicialmente enfrentar o que enxergávamos (e ainda enxergamos muitas vezes) como fragmentação e polaridade: comunicação social e comunicação humana; de massa e interpessoal, mediado tecnologicamente e não mediado pela tecnologia; vertente de natureza midiológica, que sistematiza teorias e metodologias relativas a fenômenos de comunicação de massa e suas inter-relações com os da comunicação interpessoal ou grupal e vertente de natureza midiática, que acumula "evidências sobre processos de produção, difusão, recepção e retroalimentação de mensagens mediadas por tecnologias de largo alcance ou de porte industrial" (MELO, 2003, p. 113-114); processo comunicativo (aquele que põe em comum as diferenças por meio do discurso, com ou sem o auxílio da retórica) e processo comunicacional (o que interpreta os fenômenos constituídos pela ampliação tecnológica da retórica, isto é, pela mídia, na sociedade contemporânea) (SODRÉ, 2007, p. 18); ou ainda midiatização (processos técnicos de controle e produção de bens simbólicos) e mediações (processos de produção de sentido). (MALDONADO, 2003, 212)

Insisto, contudo, que em termos conceituais, a ideia de que estamos todos em um *bios midiático* não está distante do que Martín-Barbero disse anteriomente: "Pode-se continuar falando «das mediações dos meios», mas «mediação» para mim sempre foi outra coisa que tem muito mais relação com as dimensões simbólicas da construção do coletivo". (MAR-

TÍN-BARBERO, 2009a, p. 151) Tais dimensões simbólicas da construção do coletivo, sabemos, se dão tanto pelas tecnologias da informação, na veiculação, como na reciprocidade da vinculação, do contato – seja pela abordagem ideológica ou pela da cultura. Essa foi a saída encontrada por Martín-Barbero (1990) para fugir das armadilhas do comunicacionismo (tendência a ontologizar a comunicação), do mediacentrismo (identificação da comunicação apenas com os meios ou as instituições) e do marginalismo alternativista (crença na comunicação autêntica, fora da contaminação tecnolológica). Um caminho, eu diria, menos para fugir e mais para tentar certa conciliação entre as potencialidades que esses riscos trazem à tarefa de pensar o campo comunicacional.

Bios midiático também tem proximidade com o argumento de Braga sobre a midiatização como "processo interacional de referência"; que o autor considera como hegemônico nos dias de hoje, frente aos 'moldes interacionais anteriores', como a oralidade e a escrita. Quando tensiona o conceito midiatização, ele o faz porque considera que ele expressa não só os processos segundos "os quais 'as mídias funcionam', mas também pelos quais a sociedade contemporânea historicamente aciona suas interações". (BRAGA, 2011, p. 68) Isso aproxima ainda mais as propostas de Braga e Sodré e Martín-Barbero. Sodré, no resumo de apresentação de um capítulo, explicita, com até mais clareza do que no próprio texto, essa noção de unicidade que identifico no conceito de *bios midiático*. Ele fala de "uma teoria do processo constitutivo do *bios midiático* ou realidade virtual e seu relacionamento com as formas tradicionais de vinculação social. (SODRÉ, 2008, p. 221) Não percebo como totalmente outra a proposta do mapa de Martín-Barbero, em que situa os eixos matrizes culturais, formatos industriais, lógicas de produção e competências de recepção e faz relacionar entre eles as etapas da institucionalidade, tecnicidade, ritualidade e socialidade. Martín-Barbero (2009a e 2009b) continua dinamizando seu mapa com outras novas mediações, como migrações, fluxos de imagem e identidades, deixando ainda mais visíveis, para mim, as aproximações

entre as integralidades de seus modelos e as propostas de Sodré e Braga. O próprio Martín-Barbero considera na fundamentação de seu novo mapa de mediações a afinidade entre seu conceito de entorno tecnocomunicativo e o conceito de *bios midiático* (2009a). Ao final, aí temos, juntas, as vinculações e veiculações. Aí também as interações sociais comunicacionais.

Penso que se o conceito de *bios midiático* de Sodré puder ser apropriado não apenas como midiatização, mas como a integralidade do campo comunicacional – veiculação (societal) + vinculação (sociável), poderíamos também superar outros impasses epistêmicos. Um deles, a impressão de linearidade (de flecha temporal) implícita na proposição de Braga quanto à midiatização como processo interacional de referência. Este processo, como o hegemônico na contemporaneidade, nos leva a pensar em anterioridades, em processos interacionais outros que, como "moldes interacionais anteriores", sobrevivem apenas circunscritos a "espaços restritos". A completude, que Braga não vê ainda na midiatização como interação de referência, e parece por ela esperar, talvez não se dê porque, epistemologicamente falando, ela estará em outro lugar, extrapolando a midiatização.

O conceito de *bios midiático* possibilitaria ainda escapar do entendimento de que "a interação se manifesta claramente como fluxo sempre adiante" (BRAGA, 2011, p. 68), no intuito de reforçar a ideia de circularidade, o que Braga mesmo apontou ali: "Na verdade, a circulação é constante". Penso no jornalismo, área de estudos em que atuo e na qual trabalhei como repórter por muitos anos. E observando todo o processo (fontes, empresa, técnicas e tecnologias, repórteres, editores, anunciantes, assessoria de imprensa, concorrentes, público receptor) vejo com nitidez no "fluxo comunicacional de circulação adiante", sugerido por Braga, o movimento da circularidade dinâmica do *bios midiático*.

> Isso ocorrerá seja em presencialidade (em conversações, justamente), seja por outras inserções midiatizadas – carta, redes sociais, vídeos, novas produções empresariais, blogs, observatórios, etc. [...] Uma parte de tais encaminhamentos certamente

> voltará, transformada, às origens onde foi emitida a mensagem – tomada como 'inicial' apenas para efeito de raciocínio. (BRAGA, 2011, p. 68)

Também pelo jornalismo, quando relembro os vínculos e interações presenciais dos repórteres com as fontes e as testemunhas dos acontecimentos noticiosos (no contexto da lógica de produção midiática, portanto), me dou conta de que o conceito reformulado de *bios midiático* oferece ao mapa das mediações de Martín-Barbero a condição necessária para considerar também dentro das lógicas de produção as competências, as ritualidades, as sociabilidades.

Bios midiático, pela própria ideia de ambiente (no que contém de trocas entre vida e tecnologia) pode como noção ser operacionalizado de maneira mais circular, sem antes, nem depois, sem superior ou subterrâneo, sem estancar eixos em sentidos direcionais e em pares específicos. Permite movimentar tudo isso a partir de qualquer ponto em que nos coloquemos para investigar o processo comunicacional. Pode compor um chão epistêmico integral, que, apesar das bem-vindas e fundamentais flutuações, nos auxilie a fazer pesquisa no campo comunicacional nos acalmando da angústia contínua da fragmentação e do imperativo das dualidades. Ou, do lado oposto, nos livrando do desespero e obrigação da busca por investigações globalizantes a todo tempo e custo em cada investigação pontual. Quero dizer, nos daria o conforto da inserção numa integralidade e, por isso mesmo, a tranquilidade para trabalhar livremente as especialidades, como ocorre em outros campos de conhecimento; todas as especialidades que demandam nossas múltiplas e diversas atenções.

REFERÊNCIAS

BASTOS, Marco Toledo de Assis. Do sentido da mediação: as margens do pensamento de Jesús Martín-Barbero. Revista *Famecos*, Porto Alegre, v. 1, n. 35, abr. 2008.

BRAGA, José Luiz. Constituição do campo da Comunicação. *Verso e Reverso*. Revista da Unisinos, São Leopoldo, RS. v. 25, n. 58, jan./abr. 2011.

BRAGA, José Luiz. Sobre "mediatização" como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, Ana Silvia Lopez Davi; ARAÚJO, Denise Correa; BRUNO, Fernanda (Org.). *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Porto Alegre: Sulinas, 2007.

MALDONADO, A. Efendy. Explorações sobre a problemática epistemológica no campo das ciências da Comunicação. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. (Org). *Epistemologia da comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

MARCONDES FILHO, Ciro. Martín-Barbero, Canclini e Orozco. Os impasses de uma teoria da comunicação latino-americana. Revista *Famecos*, Porto Alegre, v. 1, n. 35, abr. 2008.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. De los medios a las praticas. Comunciación de las praticas sociales. *Cuadernos de Comunicación y Praticas Sociales*. México D.F., México, n. 1, 1990.

______. *Dos meios às mediações:* comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

______. *Ofício de cartógrafo*: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

______. Uma aventura epistemológica. Entrevistador: Maria Immacolata Vassallo de Lopes. *MATRIZes* Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. São Paulo, v. 2, n. 2, jan./jun. 2009a.

______. As formas mestiças da mídia. Entrevistador: Mariluce Moura. *Pesquisa FAPESP*, São Paulo, n. 163, set. 2009b.

MELO, José Marques de. Midiologia brasileira: o resgate das fontes paradigmáticas. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo. (Org). *Epistemologia da comunicação*. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Recepción televisiva: tres aproximaciones y uma razón para su estudio. *Cuadernos de Comunicación y Praticas Sociales*. México D.F., México, n. 2, 1991.

ORTIZ, Renato. O caminho das mediações. In: MELO, José Marques de; DIAS, Paulo da Rocha. (Org.). *Comunicação, cultura, mediações*: o percurso intectual de Jesús Martín-Barbero. São Bernardo Campo, SP: Umesp, Cádetra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, 1999.

SIGNATES, Luiz. Estudo sobre o conceito de mediação e sua validade como categoria de análise para os estudos de comunicação. In: WILTON, Mauro. *Recepção mediática e espaço público*: novos olhares. São Paulo: Paulinas, 2006.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho*: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

SODRÉ, Muniz. Sobre a *episteme* comunicacional. *MATRIZes* Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. São Paulo, v. 1, n. 1, jul./dez. 2007.

SOUSA, Mauro Wilton. A recepção sendo reinterpretada. In: WILTON, Mauro. *Recepção mediática e espaço público*: novos olhares. São Paulo: Paulinas, 2006.

Sistema dos *media* e deliberação pública

acerca do valor epistêmico da mediação para a legitimação democrática[1]

DIÓGENES LYCARIÃO

INTRODUÇÃO

A história da modernidade poderia ser contada como a história da diferenciação social. Em função dela, ganham uma atratividade inevitável as bases explicativas que apontam para o "desencantamento do mundo" e para a perda de sentido. Já na busca de um diagnóstico alternativo, apresentam-se aquelas proposições que apostam na mediação como um elemento capaz de desbotar essa imagem da sociedade moderna na qual a regulação da vida social estaria à mercê da racionalização e de imperativos sistêmicos.

Oportuno, neste caso, apontar que tal imagem é demasiadamente incômoda para aqueles que possuem apreço pela ideia de soberania popular em termos normativos. Isso porque, a partir dessa concepção, foram historicamente desenhadas instituições que se especializaram na materialização da opinião e da vontade públicas, assim como na manutenção de

1 Este trabalho foi apresentado, em versão inicial, ao GT "Comunicação & Democracia" do IV Encontro da Compolítica. A presente versão foi reformulada para este livro sob o tema/título "Mediação e Midiatização". Agradeço à Comissão Editorial pelos atenciosos questionamentos e demandas feitas durante o processo de avaliação e edição do trabalho. Agradeço também à Prof[a] Dr[a] Rousiley Maia pela generosa orientação.

um padrão interpretativo pelo qual a justiça política pudesse ser viabilizada. Essas instituições compõem o ordenamento da legitimação democrática e visam assegurar, por meio de procedimentos, que a soberania popular seja perpetrada.

Essas instituições, não obstante, têm enfrentado diversos problemas e dificuldades em assegurar o projeto sob o qual estão fundamentadas. Em torno desses problemas, muitas análises têm apontado déficits de representação política, de participação e dos mais diversos parâmetros conceituais que destrincham a noção de legitimidade democrática. Com déficits dessa natureza, a própria legitimidade estaria enfrentando sérias dificuldades em se sustentar como parâmetro normativo.

Não obstante todos os problemas sublinhados, raramente o conjunto de análises em tela aponta que as instituições e os sistemas desenvolvidos sob a concepção de soberania popular seriam prescindíveis. Nesse sentido, não há dúvida que os sistemas administrativo, jurídico e legislativo estão atravessados pelos mais diversos déficits, mas esses, por sua vez, não têm levado a crer que a legitimidade democrática poderia ser reabilitada ou fortalecida pela dispensa de algum dos sistemas em questão. De modo completamente oposto, as proposições que recorrentemente são apresentadas apontam no sentido de querer aperfeiçoar e expandir ainda mais esses sistemas. Uma expansão que inclusive tem olhado para além das fronteiras nacionais.

Se tal assertiva parece válida para os sistemas supracitados, pouco se torna para o sistema dos *media*. Sim, pois este é visto por diversos teóricos da tradição deliberativa com absoluta desconfiança e só por algumas abordagens é tomado como algo relevante. Relevante, mas raramente imprescindível.

No esforço de estabelecer uma contraposição a essa recorrente indisposição quanto ao papel do sistema midiático no processo deliberativo, esse trabalho argumenta que tal sistema tem a atribuição de operar formas de mediação que se mostram decisivas para garantir a legitimação demo-

crática. Uma mediação que, no caso, não se daria apenas pela remodulação das práticas sociais à lógica das mídias (midiatização), mas, dar-se-ia, sobretudo, a partir de uma modulação das próprias práticas midiáticas em função de sua responsividade ao mundo da vida e aos outros sistemas com quais se relaciona. Uma mediação que, desse modo, pode revelar como as práticas midiáticas podem funcionar como procedimentos e instituições capazes de conferir consistência a uma noção de legitimidade democrática que salvaguarde a capacidade da esfera cidadã, incluindo o público leigo, de exercer sua soberania política.

Para sustentar esse conjunto de apontamentos, na primeira seção deste trabalho retomamos a contestação que Jürgen Habermas faz a Niklas Luhmann com relação ao problema da integração social nas sociedades democráticas. Ao examinarmos esse contraponto, verificamos que a mediação apresenta-se como um elemento central para que Habermas possa contestar a perspectiva luhmanniana, assim como aquela imagem incômoda da modernidade apresentada logo no começo deste trabalho. Também aproveitaremos essa contestação para apontar como ela nos ajuda a pensar os limites em torno das concepções mais unilaterais em torno do conceito de midiatização. Concepções essas que enfatizam os processos que, das práticas midiáticas, direcionam-se para a sociedade, mas que pouco se engajam em refletir sobre aqueles processos que, a partir da diferenciação social, alcançam as instituições e as práticas midiáticas.

Na segunda seção, argumenta-se que o modelo explicativo habermasiano deveria incluir o sistema dos *media* para que se possa dar conta de uma comunicação social geral (fundamental para a consistência do modelo). Isso porque, se, de acordo com o sistema deliberativo proposto por Habermas, é preciso que a mediação operada pelo direito traduza os impulsos da esfera pública para sua linguagem especializada – a linguagem jurídica –, há, na mesma medida, a necessidade de uma (re)tradução da ação dos sistemas – inclusive da própria linguagem jurídica – para a linguagem ordinária (*Umgangssprache*). A partir desse raciocínio, defende-se

a mediação operada pelos *media* se apresenta como um elemento fundamental para justamente viabilizar a referida (re)tradução e, assim, garantir um controle por parte da esfera pública das ações dos outros sistemas especializados em funções.

A partir do momento que a visualização desse controle pressupõe uma compreensão muito específica do que sejam as práticas de mediação, a natureza dos *media* e da própria midiatização, acabamos por reservar a terceira parte do trabalho para demarcar o esclarecimento conceitual dessas noções. Nessa parte, o conceito de mediação funciona para designar os processos de integração social na modernidade. Os *media*, por sua vez, seriam um dos sistemas especializados, tais como o jurídico e o político, em exercer práticas de mediação. Sob esse prisma, a midiatização passa a ser, então, percebida como resultado do avanço da autonomia do sistema dos *media*. Um avanço que pode se dar de maneira simultânea às dos outros sistemas ou, em casos de desequilíbrio, ser mais desenvolvida que outros sistemas. Um maior desenvolvimento que, todavia, não resultaria necessariamente em prejuízos decisivos ao processo de legitimação democrática.

Sob esses pressupostos, sustenta-se, na quarta e última seção, que se deveria conceder ao sistema midiático um papel imprescindível nos procedimentos democráticos que visam garantir sua legitimação em termos normativos. Este papel seria desempenhado pelas seguintes atribuições: a) produzir alarmes quando as ações dos sistemas contrariam as bases ético-morais de uma sociedade; b) tornar inteligível para o publico ampliado da esfera pública ações dos sistemas que estão codificadas em linguagem especializada, mas que, não obstante, precisam ser acessíveis ao público leigo; c) servir como um marcador de credibilidade das informações disponíveis, permitindo, assim, que o cidadão possa se utilizar de informação atual e confiável para sua participação política, e; d) estabelecer uma forma de representação dos outros sistemas sociais que dinamize a tensão entre sistema x mundo da vida. Uma dinâmica que, desse modo, afastar-se-ia daquelas perspectivas mais unilaterais em torno do conceito de midiatização.

DO CONTRAPONTO DE HABERMAS AO ESVAZIAMENTO NORMATIVO DE LUHMANN

No desenvolvimento teórico acerca da legitimidade democrática,[2] convém a esta discussão observar primeiramente que, no pensamento habermasiano, particularmente em *Direito e Democracia*, a incorporação da noção de sistema social é reinterpretada à luz da teoria do agir comunicativo. Desse modo, a integração social, assim como a legitimidade normativamente orientada, é, de acordo com esse quadro conceitual, "[...]conseguida num caso através de um consenso normativamente fundado ou comunicativamente obtido e do outro lado é obtido através de uma regulação não normativa". (CORREIA, 2003, p. 7) Esta regulação não normativa refere-se àquele tipo de regulação que, em algumas tendências da teoria dos sistemas, assume papel de fio condutor último. Uma regulação que, no caso, seria levada adiante pelos meios de regulação do dinheiro e do poder administrativo.

Desse modo, é preciso ter bem claro que, na teoria deliberativa de democracia, "[...] ambos, mundo da vida e sistema, assumem um papel equivalente e essencial nas sociedades contemporâneas." (VITALE, 2006, p. 553) Tendo isto em vista, faz-se oportuno observar que é impreciso o entendimento que lê a concepção de "sistema" no pensamento habermasiano como negativa e imediatamente indesejável. Esse padrão de entendimento parece ter sua origem num recorte enfático que é dado à preocupação do autor com relação àquilo que ficou conhecido como "colonização do mundo da vida pelos sistemas". Tal preocupação, por outro lado, não vai implicar, por parte de Habermas, na rejeição da noção de sistema para conceber a modernidade e, muito menos, a legitimidade democrática. Isso porque a preocupação maior não reside "[...] na existência

2 A legitimidade, segundo o modelo habermasiano de democracia deliberativa, é uma qualidade que se atribui a uma ordem política cujos procedimentos utilizados para organizar a discussão pública e a tomada de decisão política são considerados como justos e adequados. (HABERMAS, 1996; PARKINSON, 2006)

e no avanço do universo sistêmico, mas sim no super desenvolvimento de sua lógica e estrutura, às custas do encolhimento do mundo da vida." (VITALE, 2006, p. 553)

Tendo-se isto observado, é igualmente oportuno esclarecer que a legitimidade democrática em *Direito e Democracia* não estaria sendo lida com demasiadas expectativas acerca do poder integrador do agir comunicativo. Como contraprova a uma concepção ingênua do processo democrático e da tomada de decisão política sob esta concepção, mais úteis são, nesse contexto, as palavras do próprio autor:

> Sociedades modernas são integradas não somente através de valores, normas e processos de entendimento, mas também sistemicamente, através de mercados e do poder administrativo. Dinheiro e poder administrativo constituem mecanismos de integração social, formadores de sistema, que coordenam as ações de forma objetiva, como que por trás das costas dos participantes da interação, portanto não necessariamente através da sua consciência intencional ou comunicativa. (HABERMAS, 1997a, p. 61)

O que, desse modo, propõe-se como modelo de democracia é uma abordagem procedimental da produção de decisão política que visa mostrar como "[...] o sistema político, embora um entre tantos, pode, não obstante, estar ligado a processos comunicativos sociais amplos que possuem uma qualidade democrática, legitimadora."[3] (REHG, 1996, p. xxxi)

É a partir dessa proposta que Habermas se contrapõe às concepções trazidas pela teoria dos sistemas de segunda geração, em especial às de Niklas Luhmann. A contraposição explica-se na medida em que o esquema de um fluxo comunicativo multidirecional, e com base em processos comunicativos amplos, é simplesmente apagado pelos pressupostos trazidos por Luhmann. Isso porque, através do conceito de "acoplamento

3 Todos os trechos citados de textos em língua inglesa foram livremente traduzidos pelo autor.

estrutural",[4] tudo que se consegue visualizar, como possibilidade de uma comunicação social, parecer ser fundamentalmente uma comunicação intersistêmica, a qual se traduz numa mútua observação entre os sistemas.[5]

A partir do momento que esse tipo de observação, no quadro de uma teoria da evolução social, indica que "[...] a tensão Sistema-Mundo da Vida tenderia a desaparecer" (ESTEVES, 2005, p. 305), logo se entende a razão pela qual Habermas só pode rejeitar esse caminho para se formular um modelo de compreensão e análise das sociedades democráticas. (HABERMAS, 1997b, p. 268-270)

Desse modo, para o autor é preciso visualizar, não apenas uma mútua observação intersistêmica como propõe Luhmann, mas uma comunicação geral, sustentada pelas redes da esfera pública, através da qual os saberes e códigos dos sistemas sociais produziriam um mundo da vida racionalizado. Só assim este, sob as práticas comunicativas de uma sociedade civil politicamente influente, poderia se contrapor, de maneira eficaz, aos movimentos do mercado, do poder administrativo e do sistema político no momento em que estes tentam coordenar a ação com base nos

4 O conceito de acoplamento estrutural, ao estar situado num quadro de coerência à noção de autopoiesis, mostra que, apesar de haver relação constante e recorrente entre os sistemas, o que se depreende da relação estabelecida entre eles são formas em que a inteligibilidade que cada sistema produz em relação ao meio se dá através do seu próprio código, inclusive em relação a outros sistemas. A implicação disso é a produção de um ambiente fechado que se diferencia do meio autofortificando, termo cunhado por Ciro Marcondes Filho, sua diferença autoproduzida em relação ao ambiente. Isso resulta, no caso, na produção do próprio sistema autopoiético, que, nessa compreensão, produz um vasto campo de indiferença com relação ao código e às respectivas formas de operação desempenhadas pelos outros sistemas acoplados – que, assim, são observados por cada sistema do acoplamento como "meio": "O conceito de acoplamento, assim como o de forma, mostra dois lados: a) o acoplamentos não está ajustado à totalidade do meio, mas somente a uma parte escolhida de maneira altamente seletiva; consequentemente, b) apenas um recorte efetuado no meio está acoplado estruturalmente ao sistema, e muito fica de fora, influindo de forma destrutiva no sistema. No plano dos acoplamentos estruturais, há possibilidades armazenadas (ruídos) no meio, que podem ser transformadas pelo sistema; portanto, mediante o acoplamento estrutural, o sistema desenvolve, por um lado, um campo de indiferença e, por outro, faz com que haja uma canalização de causalidade que são aproveitados pelo sistema." (LUHMANN, 2009, p. 131-132)

5 "O observador é um sistema, e um sistema pode ter uma capacidade de localização flexível: o sistema pode observar a si mesmo (auto-observação), e também outros sistemas (hetero-observação)." (LUHMANN, 2009, p. 163) Para o autor, os meios de comunicação seriam sistemas observadores. (LUHMANN, 2005, p. 21)

seus próprios valores e códigos internos. Uma base que, desse modo, não levaria em conta interesses sociais de ordem difusa, baseados em valores e normas sociais publicamente defensáveis. (HABERMAS, 1997a, p. 9)

Posto isso, faz-se oportuno destacar que Habermas avalia a teoria dos sistemas produzida por Luhmann como frontalmente incompatível para gerar um modelo explicativo capaz de abrir espaço para a concepção de uma "comunicação social geral". (HABERMAS, 1997a, p. 79-83) Tal noção foi proposta por Günter Teubner (jurista alemão) para designar os cruzamentos discursivos que ocorreriam no seio de um sistema jurídico autopoieticamente fechado. Habermas rejeita esse movimento de Teubner de engatar a possibilidade de uma comunicação social geral a partir da concepção de sistemas autopoiéticos de Luhmann, pois isso implicaria que "[...] teria que subsistir entre eles [os sistemas] uma relação de tradução, a qual romperia o fechamento recursivo dos círculos de comunicação, que são intransparentes uns em relação aos outros". (HABERMAS, 1997a, p. 79)

A partir do momento que a noção de autopoiesis[6] ocupa um lugar central para a geração do modelo explicativo de Luhmann, a consequência inescapável para Habermas é que os sistemas sociais são vistos como ambientes fechados, organizados a partir de "[...] códigos e de semânticas próprias, não traduzíveis entre si". (HABERMAS, 1997b, p. 65)

É precisamente neste ponto da discussão que podemos identificar o elemento central pelo qual Habermas estabelece seu contraponto ao esvaziamento normativo de Luhmann, especialmente no que se refere à noção

6 Essa noção, tal como outras, foi incorporada por Luhmann no quadro do que se chama segunda geração da teoria dos sistemas. Referindo-se ao autor do conceito – o biólogo chileno Humberto Maturana – Luhmann explica a origem de sua terminologia. Esta teria surgido numa conversa do biólogo chileno com um amigo filósofo que, após explicar a contraposição conceitual estabelecida entre as noções gregas de praxis e poiesis, fez surgir "por si mesmo a ponte para sua expressão, com o acréscimo da palavra auto. Com isso, ele queria indicar que o conceito de autopoiesis se tratava de uma produção, de um efeito expressamente perseguido, e não de uma práxis." (LUHMANN, 2009, p. 121) Sobre a utilização do conceito por Luhmann, é importante situar que Maturana se pôs em discordância sobre sua utilização para descrever a comunicação. (LUHMANN, 2009, p. 123-124)

de legitimidade democrática. Esse esvaziamento é visualizável na teoria dos sistemas de Luhmann, pois a legitimidade passa a ser compreendida como mera "[...] legitimidade institucional na forma que melhor pode servir o funcionamento dos sistemas sociais, isto é, essencialmente como pressuposição de aceitação das decisões." (ESTEVES, 2005, p. 290-291) Com isso, o diagnóstico é que *"a teoria do sistema* elimina os derradeiros laços do modelo normativo que servira de ponto de partida, limitando-se essencialmente aos problemas de regulação de um sistema político declarado autônomo". (HABERMAS, 1997b, p. 61, grifo do autor)

Para, então, proceder a um modelo de democracia que se situe entre validade e normatividade, Habermas propõe uma concepção de sistemas sociais alternativa à de Luhmann. Uma concepção que Habermas designa como "sistemas abertos adaptativamente ao ambiente". Isso porque, só com sistemas abertos e adaptados ao ambiente é que seria possível visualizar um *medium* de comunicação geral, o qual, tendo lastro no mundo da vida, poderia transitar entre os diversos sistemas sociais. Sobre este *medium*, Habermas (1997, p. 81) sustenta que:

> Ele permite a diferenciação de meios de regulação, tais como o dinheiro ou o poder, não podendo, no entanto, ser tido como um mecanismo sistêmico. Esta proposta não se presta à conceitualização do direito como um sistema autopoiético. Ele aponta, ao invés disso, na direção de uma teoria do agir comunicativo, a qual introduz uma distinção entre um mundo da vida, ligado ao *medium* da linguagem coloquial, e sistemas dirigidos por códigos especiais, abertos adaptativamente ao ambiente.

O contraponto de Habermas a Luhmann se sustenta, portanto, nas operações de mediação operadas pelo direito. (REHG, 1996, p. xxiii) Uma operação que não se faz visível no conceito de autopoiesis e que, só em conformidade a uma noção de sistemas abertos, daria a ver uma tradução da linguagem ordinária para os códigos especializados dos sistemas sociais. Esta solução, que, portanto, rejeita a noção de sistema autopoié-

tico, “[...] não comete o erro de colocar os discursos especiais, tidos como capazes de solucionar qualquer problema, acima da linguagem coloquial não-especializada.” (HABERMAS, 1997a, p. 81) Essa linguagem formaria, assim, um horizonte de compreensão “capaz de traduzir tudo *em* todas as linguagens”. (HABERMAS, 1997a, p. 82) Em suma, ela “[...] forma o *medium* aberto de uma linguagem que circula no âmbito de toda a sociedade, podendo ser traduzida e retraduzida em todos os discursos especializados.” (HABERMAS, 1997b, p. 80, grifo do autor)

Tendo-se em vista esse conjunto de argumentos proposto por Habermas, consideramos, assim como no caso do sistema jurídico, questionável a ideia de que o trabalho realizado pelos *media*[7] se daria com base em seu próprio código interno. Um trabalho que, de acordo com a leitura que Fausto Neto faz das formulações de Luhmann, estruturaria “[...] práticas e rotinas segundo leituras (observações) que visam regular observações que sendo construídas em outros sistemas, devem ser organizados segundo as ‘leis’ deste sistema observador (as mídias)”. (FAUSTO NETO, 2008, p. 95)

Essa abordagem nos parece questionável, pois ela restringe a referida regulação às lógicas sistêmicas e perde de vista, portanto, que, para além dos sistemas e seus imperativos, há algo, na sociedade, que nos convoca a um engajamento referenciado em padrões morais e princípios normativos. Desse modo, as abordagens analíticas em torno da midiatização que vilipendiam os processos de mediação engendrados a partir da linguagem ordinária acabam por enfatizar os processos que, das práticas midiáticas, direcionam-se para a sociedade. Com isso, aquilo que há de sociedade na própria mídia é obscurecido e, ademais, aquilo que da sociedade volta e reposiciona essa mesma mídia não é computado nas operações consistentes do sistema. (BRAGA, 2006a)

7 A preferência, nesse trabalho, pelo termo “*media*” tomo como referência a tradição europeia, inclusive de língua portuguesa. Penso que a opção é uma alternativa oportuna ao termo “mídia”, pois, ao ser derivado do termo *medium* (em latim), coloca em perspectiva a pluralidade das práticas midiáticas, assim como a existência, nessas mesmas práticas, de um intermediário.

Posto isso, a próxima seção se destina a fundamentar, justamente em função da importância da linguagem ordinária, porque o modelo explicativo habermasiano deveria incluir o sistema dos *media* como um conjunto central de procedimentos e instituições de seu processo de legitimação democrática.

COMPLEMENTANDO O CÍRCULO DA MEDIAÇÃO COM O SISTEMA MIDIÁTICO

O contraponto oferecido por Habermas, não obstante, parece lacunar a partir do momento que apenas uma das vias modelo deliberativo *two track* conta com um conjunto de instituições encarregado de garantir o fluxo comunicativo entre a esfera pública e a esfera sistêmica. Numa via, o direito garante o trânsito da esfera pública para os sistemas. No entanto, quando se trata de pensar o fluxo inverso, que sai dos sistemas para a esfera pública, aí não se encontra, com a mesma clareza, a discriminação de quais instituições seriam essas. Para demonstrar esse ponto lacunar, é oportuno, então, retomar como o direito se encarrega de um dos fluxos.

Nesse caso, a mediação produzida pelo direito prevê que a esfera pública e o mundo da vida funcionem como fontes de impulsos discursivamente condensados que irão alcançar o centro do sistema deliberativo. A transformação desses impulsos em linguagem jurídica será possível a partir do momento que o direito é interpretado como "categoria da mediação social entre facticidade e validade". (HABERMAS, 1997a, p. 7) Ao assumir essa função mediadora, o direito traduz em linguagem jurídica aquilo que circula na sociedade em forma de linguagem ordinária. Nesse processo de tradução, no entanto, não apenas a esfera pública e o mundo da vida são fontes de influência, mas também as forças sistêmicas impulsionadas pelos meios de regulação do dinheiro e do poder. A complexa negociação que ocorre entre essas diversas fontes de influência nos leva ao fluxo comunicativo que sai da esfera pública e se direciona ao cen-

tro do complexo parlamentar e administrativo. Um fluxo que tem como elemento mediador central o direito.

Por outro lado, não fica claro como a mediação irá traduzir de volta para a linguagem ordinária as ações dos sistemas em tela. Uma (re)tradução que, no caso, faz-se imprescindível para permitir que a esfera púbica e o público leigo possam observar essas operações sistêmicas e reagir quando elas estiverem privilegiando a lógica dos imperativos funcionais, em especial aqueles impulsionados pelos meios de regulação do dinheiro e do poder. Uma tradução de fluxo invertido – dos sistemas para a esfera pública – que, no caso, também se faz imprescindível para que a racionalização do mundo da vida se exerça em função dos conhecimentos produzidos por discursos especiais (e de especialistas). Conhecimentos esses que só podem se generalizar pelo tecido social se forem primeiramente identificados e, depois, (re)traduzidos, decodificados para que se mostrem inteligíveis a um público ampliado.

Tendo-se isto em vista, penso que existe aqui a necessidade de complementar o círculo do processo de mediação por meio da inclusão do sistema dos *media* como instância central dos procedimentos e instituições que venham a viabilizar, em termos normativos, a legitimação democrática. Ao não se completar esse círculo, deixa-se em aberto alguma das práticas de mediação fundamentais pelas quais uma democracia organizada sob pressões da diferenciação social pode evitar que "[...] a rede geral da comunicação, socialmente integradora, se rompa." (HABERMAS, 1997a, p. 82)

Diante dessas colocações, cabe perguntar qual seria, então, o papel reservado ao sistema dos *media* em justamente viabilizar essas práticas de mediação que estariam em aberto? Antes que uma tentativa de resposta a essa pergunta seja produzida, é necessário esclarecer alguns pressupostos que deslocam formas recorrentes de entendimento do que (1) sejam práticas de mediação; (2) a natureza mesma dos *media* e (3) da midiatização.

REVISITANDO OS CONCEITOS DE MEDIAÇÃO, *MEDIA* E MIDIATIZAÇÃO

No que concerne à mediação, deve-se ter em conta que ela não é apenas uma noção que nos direciona a um entendimento acerca do papel do direito na configuração dos procedimentos e pressupostos que estão articulados na teoria democrática deliberativa. Ela, mais do que isso, está espraiada na vida social e serve como fundamento epistêmico que permite supor como uma sociedade, em processo de contínua diferenciação social, consegue fazer com que sua integração e sua própria inteligibilidade sejam possíveis. Como exemplos de agências ou agentes especializados em práticas mediadoras, podemos citar a docência, a crítica literária, os partidos políticos e os movimentos sociais.

A concepção de mediação, portanto, abarca, apenas como uma operação possível, a produção de inteligibilidade de discursos especiais por meio da sua decodificação pelo *medium* da linguagem ordinária. Como operador epistêmico, a concepção de mediação social ultrapassa essa operação e, desse modo, dá conta dos processos comunicativos pelos quais as sociedades modernas, ao passo que caminham no sentido de uma diferenciação social cada vez mais acelerada, conseguem, ao mesmo tempo, preservar uma "certa unidade ao mundo da vida". (VITALE, 2006, p. 552)

A unidade em questão não se refere à estabilização das dimensões pré-reflexivas implicadas no conceito de *Lebenswelt*. Em sentido diverso, a preocupação é pensar como as constantes modificações geradas pelo processo de modernização podem sofrer uma regulação através da discussão e do assentimento público. A ênfase na esfera pública, desse modo, continua sendo algo fundamental para a teoria da democracia deliberativa, pois é, a partir da comunicação política aí realizada, que é possível diminuir o abismo "criado entre os conceitos elitistas, desenvolvidos por especialistas nas diversas esferas culturais de valor (cientistas, artistas, juristas) e os conceitos utilizados na vida cotidiana". (VITALE, 2006, p. 552)

A redução desse abismo pode ser interpretada como um processo constante de renovação do universo pré-reflexivo do mundo da vida (daí a noção de mundo da vida racionalizado). Essa renovação prossegue na direção de incorporar os processos reflexivos que surgem da diferenciação e da especialização social, da pluralização de identidades e modos de vida. A partir da noção de mediação, torna-se, desse modo, possível visualizar uma configuração de ressonância social pela qual os conflitos políticos institucionais irão encontrar ecos na vida social cotidiana. Através dessa ressonância, a concepção de uma regulação autônoma levada a cabo por sistemas autopoieticamente fechados perde poder explicativo.

O que entra em cena, portanto, é um processo de mediação entre sociedade civil e sistema político que será operada, entre outros, pelas práticas dos movimentos sociais. Essa mediação poderia ser identificada quando esses movimentos produzem formas de comunicação entre indivíduos unidos por preferências políticas e interesses comuns com as instâncias institucionais do poder político. Nesse sentido, o engajamento, para ser eficiente e atravessar as comportas do sistema político, requer tempo, recursos materiais, conhecimento técnico-competente, além de uma linguagem adequada ao discurso público. Deste modo, tornam-se imprescindíveis as ações de mediação produzidas pelos movimentos sociais, uma vez que é, por meio delas, que "[...] os anseios pessoais podem ser convertidos em reivindicações públicas." (MENDONÇA, 2006, p. 75-76)

É precisamente, neste ponto, neste engate comunicativo, entre sociedade civil e sistema político, que a centralidade da noção de mediação se mostra ainda mais consistente para se compreender a circulação discursiva que compõe o processo de legitimação da democracia deliberativa. Aliás, uma centralidade próxima à noção de esfera pública na medida em que ela mesma é compreendida como o lócus geral em que se assenta a "mediação entre o mundo da vida e o sistema político". (AVRITZER; COSTA, 2004, p. 709)

Tendo-se isso em vista, é preciso esclarecer como os *media* podem trabalhar em favor de práticas mediadoras. Para tal esclarecimento, a própria expressão "sistema dos media" já sugere que entendemos aqui as práticas midiáticas como um sistema ou campo social. Disso resulta que, como tais, os *media* desempenham funções específicas na geração de determinadas atividades sociais (*outputs*) que serão fundamentais para a atuação dos outros sistemas. (ALEXANDER, 1990) Nesse caso, a especificidade do sistema midiático é que ele "[...] detém os instrumentos para a produção de visibilidade, através de rotinas e de modos operatórios próprios, dos quais atores de outros subsistemas dependem." (MAIA, 2006, p. 25)

A partir do momento que se entende por "produção de visibilidade" a constituição do proscênio social,[8] é possível apontar que o jornalismo, ainda que tenha um papel central na mediação que o sistema dos *media* faz da esfera política, a mediação produzida por esse sistema não se restringe à esfera em questão. Isso implica que a mediação produzida pelo jornalismo político prevê contiguidades e tensões entre os valores, gramáticas e regras de ação do campo político e da esfera de discussão pública com os valores, gramáticas e regras de ação da esfera de visibilidade social. Seria a partir dessa articulação, portanto, que surgiria o núcleo central da cena pública política, marcada pela representação e encenação que os *media* produzem da esfera política.

Dessa articulação, poderíamos designá-la como midiatização da política, mas só na medida em que a esfera política atualiza suas formas expressivas para se adequar às formas de operação do proscênio social hodierno, controlado pelos *media*. Ou seja, para realizar aquilo que Wilson Gomes (2004, p. 429) identificou como sendo a aquisição de "[...] novas

8 Para uma discussão de como essa forma de compreender os *media* se afasta do diagnóstico mais tradicional acerca do papel da indústria cultural na estruturação da esfera pública e, ainda assim, ser compatível com o quadro teórico habermasiano, ver Lycarião (2010).

habilidades, padrões de atividade, configuração de agentes, saberes, representações e valores da política *ad extra* em nossos dias."

Não obstante, quando a midiatização da política implica que as propriedades mesmas da prática política são modificadas de tal modo que as lógicas da mídia passam a prevalecer, então identificamos aí uma abordagem unilateral da midiatização. Uma abordagem que negligencia que muito da cena pública política se explica pelas propriedades e lógicas da própria política e não da mídia.

De outro modo, como explicar, então, que as chamadas "cotas de visibilidade" – mensuradas por inúmeras pesquisas empíricas – repetidamente demonstram que quem tem mais vez e voz nos centros de visibilidade são justamente aqueles que mais possuem capital político e simbólico? Ademais, como explicar que valores e práticas próprias da esfera de discussão pública conseguem se estabelecer, no seio das práticas midiáticas, com regularidade histórica e satisfazendo diversos valores democráticos? (FERREE et al., 2002; MAIA; VIMIEIRO, 2011)

Ao levarmos em conta, portanto, o conjunto de contiguidades e tensões que se entremeiam nas práticas midiáticas, passamos a perceber como unilaterais aqueles tipos de análise que interpretam essa cena como "jogo infinito de reflexos de seu código" e que, em acordo com as lógicas da reprodução do capital, "tenta reduzir todas as variáveis humanas em nível da forma vazia do mercado". (SODRÉ, 2004, p. 190)

Esse tipo de análise, no entanto, não invalida a noção de midiatização para nos conduzir a uma interpretação mais nuançada das práticas midiáticas. Ela, na verdade, nos obriga a levar em consideração como o conceito de midiatização ganha contornos e implicações completamente diferentes a depender do autor em questão.

Esse é o caso de José Luiz Braga que, ao operacionalizar o conceito, indica um processo incompleto e cujas marcas sobre a sociedade não se fazem à custa dos processos críticos ou da asfixia das lógicas e práticas de outros sistemas. De modo absolutamente diverso, a midiatização faz

com que os processos sociais da mídia "[...] passem a incluir, a abranger os demais, que não desaparecem, mas se ajustam." (BRAGA, 2006b, p. 2) Um processo de ajuste que, ao ser marcado por contiguidades e tensões, abriga e faz operar processos críticos na sociedade, que interagem sobre a mídia e que podem "[...] no conjunto e, a longo prazo, 'agir' positivamente sobre o sistema de produção, induzindo qualidade, pelo menos em algumas linhas de produção." (BRAGA, 2006a, p. 61)

Diante dessa diversidade de tratamento do conceito de midiatização, faz-se, então, oportuno demarcar nosso lugar. Nesse caso, considero que essa categoria tem seu sentido mais preciso para designar a expansão e desenvolvimento da autonomia do sistema midiático na sociedade moderna. Um desenvolvimento que pode, em certos contextos, até ser mais pujante que outros sistemas, mas que não necessariamente traz prejuízos decisivos para a legitimação democrática. Não haveria prejuízos dessa natureza, pois, quando o sistema midiático se encontra em fase de autonomia mais desenvolvida do que o político, os problemas daí gerados tendem advir mais da fraqueza do campo político do que da força da mídia. (ALEXANDER, 1990)

Isso implica que a midiatização, ao invés de concorrente, pode caminhar de maneira simultânea ao desenvolvimento da autonomia dos outros sistemas sociais. Sendo assim, podemos compreender na "judicialização da política" um fenômeno tão similar quanto o que gira em torno da midiatização. Isso significa que, nos contextos em que o judiciário se torna mais autônomo, os agentes e as práticas políticas tendem a depender mais intensamente das lógicas e das operações desse sistema. Também paralela à expansão da autonomia do sistema jurídico, teríamos a do campo científico. Uma expansão que se imbrica tanto com a esfera política quanto com a midiática. Isso de tal modo que podemos observar, de maneira recorrente, a voz de "especialistas" analisando temas e debates de concernência política. Uma aparição que também se faz presente em estreita relação com o sistema político e administrativo, por meio das conhecidas "consultorias" e audiências públicas.

Todos esses processos poderiam sugerir a desapropriação das lógicas da prática política por outros sistemas. Não obstante, para nós ela diz muito mais da crescente centralidade que os *media* acabam alcançando para o processo de legitimação democrática. Isso porque, se a autonomia dos outros sistemas se expande, também cresce a necessidade de fazer com que suas ações e operações sejam controláveis pela esfera cidadã.

Dado que esse controle não seria viável de ser produzido diretamente pelos cidadãos, há, desse modo, a necessidade de uma decodificação das operações desses sistemas para a linguagem ordinária. Isso porque, somente a partir dela, é que podemos visualizar uma comunicação social geral como elemento de articulação entre os diversos sistemas sociais. Essa comunicação seria derivada, no caso, das próprias constrições sistêmicas às quais os *media* estão submetidos. Constrições essas que modulariam as práticas midiáticas para uma responsividade ao mundo da vida.

Com o objetivo de demonstrar essas constrições, assim como as atribuições do sistema dos *media* no processo de legitimação democrática, segue-se a quarta e última seção do trabalho.

APONTAMENTOS SOBRE OS *MEDIA* NA PROCEDIMENTALIDADE DELIBERATIVA

> A transposição *não mediada* do saber especializado nas esferas privada e pública do cotidiano pode colocar em risco, por um lado, a autonomia e a especificidade dos sistemas de saber e, por outro lado, ferir a integridade dos contextos do mundo da vida. (HABERMAS, 2000, p. 472, grifo do autor)

Para visualizar a responsividade dos *media* com relação ao mundo da vida, basta tomarmos como ponto de partida que a representação que esse sistema realiza dos outros sistemas é resultado de um endereçamento comunicativo a uma audiência ampliada. Para a conquista de tal audiência em meio a um ambiente competitivo em que diferentes *media outlets* dispu-

tam seu público com afinco, faz-se, então, indispensável que sejam utilizadas estratégias comunicativas que privilegiem "[...] certas ordenações e construções que facilitem a compreensibilidade" (MENDONÇA, 2006, p. 83), além de "[...] uma identificação com o mundo da vida dessa audiência". (VIZEU; CORREIA, 2007, p. 307)

Diante disso, propõe-se que, no lugar de fundamentada apenas no próprio código interno, a observação operada pelo sistema dos *media* seja interpretada sob a chave conceitual da mediação (e não da autopoiesis). Uma chave que, desse modo, é inspirada no tratamento teórico produzido pelo campo das Ciências da Informação e da Comunicação acerca do significado social e político da visibilidade midiática. (DAVALLON, 2007, GOMES, 2004; MAIA, 2006; MARTÍN-BARBERO, 2004, 1997; QUÉRÉ, 1982; RODRIGUES, 1990)

A partir desses trabalhos, propõe-se compreender o sistema dos *media* como aquele que se especializou, na sociedade moderna, em instaurar o proscênio social. Em função disso, resulta que esse sistema forma a cena pública pela qual a sociedade produz sua própria inteligibilidade e, assim, cria condições de evitar com que "a rede geral da comunicação, socialmente integradora, se rompa." (HABERMAS, 1997a, p. 82) A indústria da comunicação desempenharia, nesse sentido, um papel decisivo com relação à mediação social, seja se encarregando de produzi-la, seja ocupando um lugar primordial em que as tendências de fratura e de composição/atualização do cimento social são visibilizadas.

Isso posto, convém ressaltar que nosso objetivo central, neste trabalho, não se volta para uma teorização sobre o papel mediador do sistema midiático face aos desafios colocados pela diferenciação social da modernidade. De modo diverso, nossa proposta é desenvolver fundamentos teóricos que visem construir, numa tensão entre facticidade e normatividade, o papel específico ocupado pelo sistema dos *media* no processo de legitimação democrática.

Acerca deste papel, as formulações de Parkinson (2006)[9] são um importante avanço na teoria deliberativa. Um avanço que fica evidente quando confrontamos tais formulações com o padrão recorrente com que a crítica deliberacionista tem se dirigido à indústria da comunicação. Uma crítica que parece não admitir que os *media* sejam capazes de exercer qualquer contribuição democrática de maior relevância. (BOHMAN, 2007; DRYZEK; NIEMEYER, 2008) Ainda que o trabalho de crítica seja indispensável para aperfeiçoar o desempenho do sistema midiático[10] em suas atribuições na legitimação democrática, não obstante e, antes de tudo, é necessário reconhecer que elas existem.

E quais seriam elas? Uma precisa discriminação nesse sentido é de suma importância, pois, de outro modo, podemos novamente incorrer nas demandas justapostas entre visibilidade e discutibilidade, as quais foram discutidas em trabalho anterior. (LYCARIÃO, 2010) Incorporando, então, a proposta realizada por Parkinson (2006), gostaria de acrescentar outras atribuições. Seriam elas as seguintes:

a) Por buscar uma captura de uma audiência ampliada, a mediação política do sistema mediático irá se processar através de uma dualidade entre aquilo que está solidificado como horizonte normativo de expectativas sociais compartilhadas – que, portanto, estão ancoradas no mundo da vida – e entre aquilo que rompe com tais expectativas. Essa dualidade pode ser vista como um mecanismo pelo qual as ações do sistema político e administrativo podem ser controladas em função dos consensos ético-políticos que fundamentam as repúblicas democráticas. Isso implica conferir à predileção do sistema midiático pelo

9 Parkinson (2006) atribui aos *media* o trabalho de produzir saliência dos assuntos políticos, apresentar argumentos prós e contras das diversas perspectivas políticas acerca de uma discussão, reportar as decisões tomadas pelo sistema político, monitorar os resultados dessas decisões e questionar as autoridades políticas quando necessário.

10 Um aperfeiçoamento que inclusive não pode ser pensado como sendo restrito a um campo de especialistas, como o acadêmico, mas deve, tal como propõe José Luiz Braga (2006), ser presumido como resultado de uma prática diferida e difusa na sociedade.

"escandaloso" uma característica que potencialmente encontra lugar de acomodação no modelo de circulação discursiva da esfera pública. A partir do momento em que esse modelo prevê uma base moral pela qual a ação dos sistemas deve ser programada e controlada, o sistema midiático funcionaria como um sensor que dispararia alarmes em relação a ações que contrariam essa base moral. Essa formulação permite, desse modo, trazer para dentro do modelo de circulação discursiva da esfera pública a função de "cão de guarda" operada pelo sistema midiático e tão cara à teoria do jornalismo político.

b) Dado que os sistemas sociais possuem sua própria linguagem – (no caso, uma linguagem especializada – e seus próprios valores, a visibilidade produzida pelo sistema midiático pode implicar em uma produção de inteligibilidade da ação desses sistemas ao público leigo. Isso porque os *media* precisam traduzir, selecionar e modificar os conteúdos desses sistemas para os valores do público geral e para sua linguagem característica: a linguagem ordinária. Tendo em vista que a especialização sistêmica cria formas cada vez mais específicas de operação e linguagens que se distanciam de maneira crescente da linguagem ordinária, o processo de legitimação democrática tende a necessitar também de maneira crescente das traduções dessas operações e linguagens especiais para o público ampliado da esfera pública. (HABERMAS, 2009, p. 136) O sistema que, pelas suas próprias regras de ação, tem melhores condições de exercer essa atribuição é justamente o sistema dos *media*. A tradução dos saberes e linguagens especializadas, não obstante, não pode ser vista como algo produzido isoladamente pelos profissionais que ocupam o centro do sistema midiático. Esses profissionais precisam do trabalho desenvolvido pelas relações públicas e assessorias de comunicação para demarcar a inteligibilidade dos saberes e linguagens dos outros sistemas. Essas instâncias compõem, desse modo, parte fundamental da estrutura do sistema midiático. Elas se especializam em traduzir a linguagem e

formas de operação dos sistemas sociais para a linguagem dos *media,* e, portanto, para o público leigo.

c) Diante da crescente profusão de informações que compõe o sistema informativo ampliado (LYCARIÃO, 2011), torna-se fundamental a disponibilidade de um sistema especializado em servir como um marcador de credibilidade. Sem difusores de informação legitimados pela sua credibilidade, o público não teria condições de diferenciar informação de fofoca, boato ou mesmo de falsa informação e, assim, o ambiente informacional se tornaria inadequado para produzir um conhecimento de pano de fundo pelo qual as discussões políticas da conversação civil poderiam se movimentar a partir de um solo consistente.

d) Nosso argumento é que a relação entre os *media* e os demais sistemas deve ser compreendida não à luz das visões mais unilaterais em torno da noção de midiatização, segundo as quais as lógicas e as operações da cultura midiática "[...] migram para outras práticas sociais, atravessando-as e afastando-as por operações significantes". (FAUSTO NETO, 2008 p. 94) Alternativamente a esta compreensão, trabalha-se aqui com aquelas abordagens que indicam que a cultura midiática se, por um lado, faz migrar para outros sistemas sociais novas lógicas e operações, ao mesmo tempo é "atravessada pela travessia que propicia". (FERREIRA, 2008, p. 64) Teríamos, desse modo, uma travessia de múltiplos cruzamentos, cujos fluxos significantes seriam enlaçados pelo operador epistêmico da mediação, na qual a tensão sistema x mundo da vida tende a ser dinamizada, evitando, assim, a colonização de uma sobre a outra.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se a história da modernidade puder ser contada como sendo a história da diferenciação social, então essa é uma história cujo compasso se acelera. A especialização sistêmica, assim como a pluralização dos saberes e

das linguagens especiais proliferam a uma velocidade ascendente. Para que elas não culminem em formas tecnocráticas de coordenação da ação social, faz-se indispensável que haja práticas e instituições também especializadas em garantir que a soberania popular possa ser viabilizada. Dada essa imprescindibilidade, não se pode mais pensar no sistema dos *media* como um elemento acessório no quadro de uma teoria democrática. Não, ao menos se essa teoria almeja conservar o projeto de um *demos* que determina soberanamente o caminho de sua própria história.

REFERÊNCIAS

ALEXANDER, Jeffrey. The Mass News Media in Systemic, Historical and Comparative Perspective. In: ALEXANDER, Jeffrey; COLOMY, Paul. (Ed.) *Differentiation Theory*: Problems and Prospects. New York: Columbia University Press, 1990. p. 107-152.

AVRITZER, Leonardo; COSTA, Sérgio. Teoria crítica, democracia e esfera pública: concepções e usos na América Latina. *Revista de Ciências Sociais*, Rio de Janeiro, v. 47, n. 4, p. 703-728, 2004.

BOHMAN, James. Political Communication and the Epistemic Value of Diversity: Deliberation and Legitimation in Media Societies. *Communication Theory*, v. 17, n. 4, p. 348-55, 2007.

BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia*: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006a.

BRAGA, José Luiz. Sobre mediatização como processo interacional de referência. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 15., 2006. Bauru. Anais... Bauru: Compós, 2006b. v. 1. p. 1-16.

CORREIA, João Carlos. *Os mass media entre o sistema e o mundo da vida*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2003. Disponível em: < http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-carlos-mass-media-mundo-da-vida.html>. Acesso em: 02 fev. 2011.

DAVALLON, Jean. A mediação: a comunicação como processo? *Prisma.com – Revista de Ciências da Informação e da Comunicação do CETAC*, n. 4, p. 1-36, jun. 2007.

DRYZEK, John; NIEMEYER, Simon. Discursive representation. *American Political Science Review*, Los Angeles, v. 102, n. 4, p. 481-492, 2008.

FERREE, Myra. et al. *Shaping abortion discourse*: Democracy and the public sphere in Germany and the United States. Cambridge: Cambridge University Press, 2002.

ESTEVES, João Pissara. Legitimação pelo procedimento e deslegitimação da opinião pública In: _____. (Org.). *O pensamento de Niklas Luhmann*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2005.

FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. *Revista Matrizes*, v. 1, n.2, São Paulo, p. 89-105, 2008.

FERREIRA, Jairo. Um caso sobre a midiatização: caminhos, contágios e armações da notícia. In: FAUSTO NETO, Antônio et al. (Org.). *Midiatização e processos sociais na América Latina*. São Paulo: Paulus, 2008, , p. 55-74.

GOMES, Wilson. *Transformações da política na era da comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.

HABERMAS, Jürgen. *Between Facts and Norms*. Cambridge, Ma: MIT Press, 1996.

______. *Europe*: the faltering Project. Malden: Polity Press, 2009.

______. Comunicação política na sociedade mediática: o impacto da teoria normativa na pesquisa empírica. *Líbero*, São Paulo, ano XI, n. 21, p. 9-21, 2008.

______. *Direito e democracia*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997a. (v. 1)

______. *Direito e democracia*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997b. (v. 2)

______. *O discurso filosófico da modernidade*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

LUHMANN, Niklas. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2005.

______. *Introdução à teoria dos sistemas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

LYCARIÃO, Diógenes. Esfera pública e sistema midiático: tensões entre visibilidade e discutibilidade. *Contemporânea:* Revista de Comunicação e Cultura, Salvador, v. 8, n.1, p. 1-19, 2010.

______. Internet e movimento ambientalista: estratégias do Greenpeace para a sustentação de debates na esfera pública. In: MAIA, Rosiley Cely Moreira; GOMES, Wilson; MAQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida (Org.). *Internet e participação política no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 257-292.

MAIA, Rosiley Cely Moreira. Mídia e vida pública: modos de abordagem. In: MAIA, Rosiley Cely Moreira; CASTRO, Maria Céres Pimenta Spinola (Org.). *Mídia, esfera pública e identidades coletivas*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006. p. 11-46.

MAIA, Rosiley Cely Moreira; VIMIEIRO, Ana Carolina Enquadramentos da mídia e o processo de aprendizado social: transformações na cultura pública sobre o tema da deficiência de 1960 a 2008. *Revista E-Compós*, Brasília, v. 14, n.1 p. 1-22, 2011.

MARTÍN-BARBERO, Jésus. *Dos meios às mediações*: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Ofício do cartógrafo:* travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MENDONÇA, Ricardo F. Movimentos sociais e interação comunicativa: a formação da comunicação sem sujeito. *Contemporânea*: Revista de Comunicação e Cultura, Salvador, v. 4, n. 1, 2006, p. 73-98.

PARKINSON, J. *Deliberating in the Real World*: Problems of Legitimacy in Deliberative Democracy. Oxford: Oxford University Press, 2006.

QUÉRÉ, Louis. *Des miroirs equivoques*. Paris: Aubier Montaigne, 1982.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Estratégias da comunicação*. Lisboa: Presença, 1990.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

REHG, W. Translator Preface. In: HABERMAS, Jürgen. *Between Facts and Norms*. Cambridge, Ma: MIT Press, 1996.

VITALE, D. Jürgen Habermas, modernidade e democracia deliberativa. *Cadernos do CRH*, Salvador, v. 19, n. 48 p. 5-10, 2006.

VIZEU, A.; CORREIA, J. C. Between facts and news: journalism, common sense knowledge and public sphere. *Estudos em Comunicação*, Covilhã, n. 1, p. 305-318, 2007.

Sob o signo de Hermes, o espírito mediador

midiatização, interação e comunicação compartilhada

CLÁUDIO CARDOSO DE PAIVA

INTRODUÇÃO

Há algo de novo no ar! O fenômeno da internet, hipermídias e redes sociais configuraram uma nova realidade sociocultural, em que os cidadãos interconectados interagem de maneira colaborativa, formando laços afetivos, comerciais e políticos.

As obras de arte, a música universal, as relíquias literárias, os grandes clássicos do cinema, as novidades no mundo da ciência e tecnologia, disponíveis em rede, configuram uma dimensão luminosa da midiatização cultural. Porém, a modernização tecnológica, parte integrante dessa nova midiatização da cultura, não trouxe benefícios para todos; do lado de fora da sociedade midiatizada estão os desplugados, os "sem banda larga", os *outsiders* do século XXI.

Logo, constatamos que a grande batalha do nosso tempo – no que concerne aos processos sociomidiáticos coloca-se em favor da democratização da informação, facilidade de acesso, conexão veloz e banda larga para todos. Por essas e outras razões defendemos um princípio ético-político

e estratégico-comunicacional que reconhece a inclusão digital como um caminho para a cidadania.

Basta observarmos os acontecimentos recentes como Primavera Árabe, Occupy Wall Street, Campanha Ficha Limpa, Movimento de Combate à Corrupção etc., para percebermos como as estratégias de comunicação são tramadas, simultaneamente, de maneira presencial e em rede. São experiências envolvidas pelos fenômenos de mediação e midiatização, noções que habitam a mesma bacia semântica e ideológica, mas guardam especificidades e referem agenciamentos técnicos e sociais distintos.

Após um século de debate sobre o estatuto dos cidadãos na sociedade de massa, hoje a discussão pública se volta para os meios pós-massivos e as estratégias de empoderamento gerado pelas redes sociocolaborativas. E desde já, algumas questões se prenunciam, em nível teórico-conceitual e metodológico – ensejando especulações epistemológicas acerca dos fluxos mediadores e midiatizadores dessas operações.

Pulsa na paisagem cotidiana uma inteligência coletiva conectada que perpassa o vasto conjunto das atividades econômicas, socioculturais, ético-políticas, abrangendo experiências tão diversas como o correio eletrônico, o webjornalismo, o sistema bancário informatizado, o comercio *on-line*, a medicina computadorizada, o voto digital, o GPS, as enciclopédias, dicionários e bibliotecas virtuais, teleconferências e programas de ensino mediados pela tecnologia. Eis o ambiente do *homo mediaticus*.

Em pouco mais de uma década a nossa relação com o mundo social e natural mudou radicalmente, de maneira que as experiências sociotécnicas fazem parte das nossas mediações (e interações) fundamentais com a chamada "realidade objetiva".

Do presencial ao virtual (e vice-versa) estamos tecnológica e sensorialmente interligados através de ambientes gerados por meios digitais como o *chat*, o *blog*, o MSN, o Facebook, o Twitter e o YouTube, que teletransportam os corações e mentes para outra dimensão da experiência individual e coletiva.

Tanto na esfera pública quanto na esfera privada, nas empresas, instituições e organizações, novos atores, códigos, valores e processos ganham vigência; segundo Sodré (2002), um novo *ethos* se instala enredado nos fluxos da midiatização social.

A partir dos anos 1990, a comunicação digital passou a influir nos modos de pensar, falar e agir dos atores sociais, os quais têm aprendido a usar a comunicação em suas mediações afirmativas, realizando dinâmicas intervenções na vida cotidiana.

Contudo, é preciso separar o joio e o trigo. Há um complexo midiático massivo (seja analógico ou digital) controlado pelo sistema global de produção capitalista, meramente comercial e voltado – principalmente – para o lucro. E existe, por outro lado, um complexo pós-massivo que surge do coletivo, dos "sistemas sociais de resposta", favorecendo estratégias de distribuição e socialização da informação. (BRAGA, 2006)

Sem descartar a importância do mercado na economia de trocas materiais e simbólicas, a comunicação midiática compartilhada é mais democrática e concilia a diversidade de interesses e expectativas sociais, sendo eticamente mais inclusiva.

O acesso aos jornais e mídias do mundo inteiro, informações ao vivo, em tempo real, a conexão simultânea entre os vários setores de produção, distribuição e consumo, tudo isso indica um surpreendente estado de convergência de formas, conteúdos e linguagens, sinalizando conquistas e elevação da qualidade de vida social e política.

Neste novo nicho comunicacional, os espectadores se tornam e-leitores, editores, cibercidadãos. Ou seja, ocorre uma transformação profunda no contexto da experiência midiática. Antes dos meios digitais havia um ambiente sociopolítico e comunicacional orientado pelas regras da separação: de um lado, os autores, a produção massiva, a indústria cultural, e do outro, os espectadores, a recepção participativa, o consumo de massa: eis um exemplo de midiatização comercialmente forte e uma mediação socialmente ainda em desvantagem.

Hoje, o agenciamento coletivo dos usuários expressa uma conjunção mais equilibrada face aos paradoxos comunicacionais: as redes favorecem processos de veiculação, cognição e colaboração, assegurando a inserção dos indivíduos na economia de trocas informacionais, num âmbito comunicativo mais democrático e participativo: esse é um exemplo de mediação avantajada e midiatização afirmativa.

Todavia, genericamente, a experiência da comunicação – que evolui em sintonia com o processo civilizatório – não se realiza num mar de águas tranquilas; pelo contrário, opera num contexto minado pelos conflitos, tendo que enfrentar desafios.

Como adverte Benjamin (1985, p. 225), no ensaio *Sobre o conceito de história*, inspirado em Freud, "[...] nunca houve um monumento da cultura que não fosse um monumento de barbárie". Ou, como afirma Whitehead (apud MCLUHAN, 1969, p. 7) " [...] os maiores avanços na civilização são processos que quase arruínam as sociedades em que ocorrem".

Vários pesquisadores têm contribuído para se elucidar algumas verdades e mitos sobre o fenômeno midiático-tecnológico. Nesse filão, Lemos ajuda a distinguirmos a cibercultura e a tecnocultura. Para ele,

> [...] na modernidade, cria-se uma tecnocultura como um fenômeno técnico expandindo-se para todos os domínios da vida social, cuja preocupação principal é 'procurar em todas as coisas o método absolutamente mais eficiente'. (LEMOS, 2004, p. 50)

E, em defesa do uso social e criativo das tecnologias de comunicação, conclui: "A cibercultura é um exemplo forte dessa vida social que se quer presente e que tenta romper e desorganizar o deserto racional, objetivo e frio da tecnologia moderna". (LEMOS, 2004, p. 262) Diríamos que a cibercultura propicia mediações democraticamente saudáveis e leva a um tipo de midiatização favorável, desde que os usuários, e-leitores saibam usar as redes sociais.

As novas mídias geradas pela telemática criaram algo afirmativo na midiosfera, beneficiando a dimensão sociocultural quando esta parecia

engolida pelo “buraco negro” industrial-tecnológico. Todavia, mídia é poder e os grandes predadores políticos e econômicos não medem esforços para utilizá-la egoisticamente em benefício próprio.

Então, é preciso encontrar um dispositivo teórico-conceitual para enfrentar o paradoxo da midiatização que se quer aberta, transparente, democrática, mas é atravessada por forças econômicas, políticas, institucionais que a impelem numa direção contrária. Assim, recorremos à imagem arquetípica de Hermes, o patrono da comunicação, o grande mediador entre as forças opostas, que se inscreve aqui como uma alavanca metodológica para nortear uma interpretação da cultura na era digital.

A SABEDORIA DE HERMES E O PODER DA COMUNICAÇÃO EM REDE

Explorando os domínios da Filosofia, Antropologia, Sociologia, Psicanálise, História e crítica literária, encontramos o espírito de Hermes, como o intérprete-mediador diante das grandes causas da humanidade. Homero, Petrônio, Dante, Shakespeare, Proust, Dostoievski, entre outros arcanos do pensamento ocidental, modelaram a imagem de Hermes como fonte de leitura do grande livro do mundo. E, sendo o gestor perspicaz no enfrentamento dos contrários, o mediador pode ajudar a decifrarmos os paradoxos e complexidades da cultura na era da comunicação digital, em que os processos de mediação e midiatização às vezes se confundem, outras vezes se distinguem, e cada um deles pode atuar de maneira determinante no fluxo cotidiano, melhorando ou piorando o nível da experiência cultural. Talvez Hermes seja um caminho viável para elucidarmos as complexidades e paradoxos da midiatização. Pois essa figura mitológica, antropológica, arquetípica – cujas emanações são evidentes em diversas arestas da vida social contemporânea é ambígua e polivalente.

Hermes é Mercúrio (na acepção latina), e é igualmente Hermes Trismegistos (em hibridação com o deus Thot egípcio); sendo esse último mais próximo da imaginação mítico-racionalista, do pensamento

holístico.[1] E Mercúrio está mais ligado ao *cogito* matemático, ao saber pragmático, à dedução e contabilidade do mundo.

Hermes tem a incumbência de contemplar a vasta prosa universal e desvelar as camadas de sentido que formam a complexidade do discurso como *doxa* (opinião vivenciada no senso comum), como *techné* (expressão da arte e dos saberes práticos), e como *epistème* (saber especulativo, ciência, filosofia). Logo, Hermes gera saber e consequentemente gera poder através do uso adequado do discurso.

ORIGEM, SIGNIFICAÇÃO E ATUALIDADE DO MITO DE HERMES

> Hermes era, na mitologia grega, um dos deuses olímpicos, filho de Zeus e de Maia, e possuidor de vários atributos. Divindade muito antiga, era cultuado na pré-história grega possivelmente como um deus da fertilidade, dos rebanhos, da magia, da adivinhação, das estradas e viagens, entre outros atributos. Ao longo dos séculos seu mito foi extensamente ampliado, tornando-se o mensageiro dos deuses e patrono da ginástica, dos ladrões, dos diplomatas, dos comerciantes, da astronomia, da eloquência e de algumas formas de iniciação, além de ser o guia das almas dos mortos para o reino de Hades. Com o domínio da Grécia por Roma, Hermes foi assimilado ao deus Mercúrio, e através da influência egípcia, sofreu um sincretismo também com Toth, criando-se o personagem de Hermes Trismegisto. Foi um dos deuses mais populares da Antiguidade clássica, teve muitos amores e gerou prole numerosa. Com o advento do Cristianismo, chegou a ser comparado a Cristo em sua função de intérprete da vontade do Logos. As figuras de Hermes e de seu principal distintivo, o caduceu, ainda hoje são conhecidas e usadas por seu valor simbólico, e vários autores o consideram a imagem

1 No Egito, o deus da comunicação é Thot, representado metade homem, metade com as feições ora de um íbis, ora de um babuíno; deus da escrita, da ciência e senhor de todo o conhecimento. A ele é atribuída a invenção de todas as palavras que existem, sendo também guardião da magia; inventou a matemática, a geometria, o uso dos medicamentos; a arte de trabalhar os metais, a invenção da música. A ele é atribuída a invenção da lira de três cordas. Calculador do tempo, dos anos e regente das divisões temporais. (CASTRO E SILVA, 2009)

tutelar da cultura ocidental contemporânea. (HERMES, [entre 2005 e 2011])

Seguimos uma cartografia minuciosa, na obra de Junito de Souza Brandão (1994) narrando o percurso de Hermes, que nasceu precoce, e ainda pequeno foi colocado no oco de um salgueiro (símbolo da fertilidade e da imortalidade).[2]

A origem do seu nome está ligada à "herma", que significa um platô feito de cipós, grande pilar emanando o sentido de consistência, altivez e perpetuidade. Hermes tem o poder de ligar, desligar, formar laços afetivos, comerciais e políticos.

Dentre as suas características particulares, é impulsivo, rebelde, *outsider*, possui matizes contraculturais: roubou o rebanho de Apolo e após devolvê-lo ganhou um caduceu de ouro que lhe concedeu a curiosidade, a adivinhação e o pendor para a engenharia. Essa alegoria lembra o *métier* dos engenheiros de comunicação, arquitetos e criadores do *soft,* técnicos, inventores, atuando em meio às brechas, abrindo caminho e fazendo mediações positivas no emaranhado das redes de informação. Hermes antecipa a ação dos *cyberpunks*, *hackers*, *phreakers* que modificam o comando dos computadores e telefones.[3]

---

2 Convém remontar ao sentido antropológico do "oco", "concha", "cavidade", "nicho", signo de afetividade, acolhimento, que reúne as diferenças e diversidades, em oposição ao sentido da "espada" que separa, divide e exclui. Há um vigoroso simbolismo que se renova e atualiza o imaginário contemporâneo, como demonstram distintamente as obras *Tratado de História das Religiões* (ELIADE, 1998); *O homem e seus símbolos* (JUNG, 1990), *As estruturas antropológicas do imaginário* (DURAND, 1988), *Elogio da razão sensível* (MAFFESOLI, 1998), *Mediosfera* (CONTRERA, 2010). Cada um desses autores favorece interpretações lúcidas dos atuais processos sociotécnico-comunicacionais, abrindo caminho para uma antropológica da comunicação e uma mediação afirmativa das culturas midiáticas.

3 O conceito de ciberespaço nasce na obra *Neuromancer* (GIBSON, 1984) e se epifaniza no imaginário do cinema, desde filmes como *Hackers*, *piratas de computador* (1995) até *Matrix* (1999) e *Avatar* (2009). Para entender o ciberpunk, consultar Lemos (2004), Amaral (2006) e o manual *Etika Hacker* no site *Hacker Teen* (com Sérgio Amadeu Oliveira) que instiga a acharmos o melhor uso da mediação tecnológica em favor da sociedade. (HACKERTEEN, [200-]). A acepção de Hermes como *outsider* é uma parte essencial na sua ontologia, e se atualiza hoje na experiência da "pirataria digital", no embate entre os *hackers* e as grandes corporações. Hermes – como intérprete e mediador – pode nortear um percurso para se entender o "netativismo" e a "cibermilitância". Nessa direção, cumpre destacar o norteamento ético das estratégias acionadas pelo sociólogo Sergio Amadeu Silveira, reputado pela militância em favor da utilização do software livre. (AMADEU, 2009)

Hermes, sendo uma divindade complexa, é agrário (também protege os pastores) e simboliza o dom da astúcia, do ardil, de uma sabedoria sagrada. E na versão latina, Mercúrio, é o deus dos comerciantes (dos mercadores, dos negociantes e dos "ladrões").

Mercúrio tem sido, ao longo da história, semanticamente associado às atividades ligadas ao comércio: *merces* é mercado, mercadoria; liga-se, portanto, a um nível de procedimento cerebral, contábil, pragmático. Mercúrio tem o discernimento para os negócios, favorecendo uma vigorosa mediação criativa no mundo da propaganda e do *marketing*, e a sua marca no imaginário do consumo tem grande receptividade.[4]

A propósito, a "galáxia de McLuhan" é inteiramente atravessada pelo hermetismo: McLuhan, o "filósofo do meio", é hermético na ambiguidade, no paradoxo, no oxímoro, na provocação sistemática e na arte de aproximar os contraditórios. A sua visão da cultura eletrônica possui analogia com a alquimia cognitiva de Trismegistus, tem algo de premonitório: nos anos 1960, McLuhan previu as redes sociais, as *cross media*, o fenômeno das convergências sociotecnológicas do século XXI. E convém ressaltar, a sua concepção da tecnologia como extensividade humana implica numa ideia da midiatização como algo positivo, como mostra Vinicius Pereira (2011).

A exploração de McLuhan dos meios de comunicação e os célebres aforismos, como "o meio é a mensagem" e "os meios são as massagens", remetem às conjunções entre o cérebro e a mente, o sensorial e o tecnológico, as redes neurais e os estímulos eletrônicos, a percepção cognitiva e a tactilidade das mídias. A sua escrita em mosaico, malgrado a assistemati-

4 "A emanação de Hermes está bem presente no cotidiano, nas expressões populares, lembrado como o mensageiro dos deuses. Sob o signo do planeta Mercúrio, tem marca indelével no zodíaco. Transita com desenvoltura no mundo secular: nos almanaques, revistas e jornais de larga circulação. Está nas agências de correio, na marinha e na aeronáutica. O seu caduceu consta em brasões de várias cidades e jurisdições. Empresas, periódicos, produtos e pessoas adotaram seu nome. Internacionalmente é muito prestigiada a griffe Hermès, de artigos de luxo, trazendo um nome de família." (HERMES, [entre 2005 e 2011])

cidade, representa uma vigorosa hermenêutica, a qual devemos entender como uma mediação valiosa para a vida cultural.

Analogamente a Hermes Trismegistus, McLuhan, involuntariamente, decifrou as mitologias do homem industrial: além do carro como metáfora da "noiva mecânica", a eletricidade irradiada no ambiente significa massagem, midiatização, mensagem pura:

> A roda é um prolongamento do pé; o livro é um prolongamento do olho; a roupa é um prolongamento da pele; os circuitos elétricos, um prolongamento do sistema nervoso central. [...] Os meios ao alterarem o meio ambiente, fazem germinar em nós percepções sensoriais de agudeza única. O prolongamento de qualquer de nossos sentidos altera nossa maneira de pensar e de agir – o modo de perceber o mundo. Quando essas relações se alteram, os homens mudam. (MCLUHAN, 1969, p. 59-79)

Certamente, a transmigração simbólica mais importante de Hermes, do paganismo ao catolicismo, está encarnada na imagem do anjo. E isso não tem nada de irracional; para a antropologia traduz uma "razão mítica" (CONTRERA, 2010), uma "imaginação dinâmica" sobre a dimensão espiritual dos humanos. A figura mais bem acabada do Hermes como intérprete-mediador está no filme *Asas do Desejo*, do cineasta Win Wenders (1987), em que os anjos se tele-transportam para Berlim, captando, nas bibliotecas, vias públicas, automóveis e metrôs, as vozes e os sons das mentes humanas.

O espírito de Hermes como anjo é uma figura complexa, cuja força simbólica reside justamente no seu mistério, sexualidade polimorfa, silêncio e invisibilidade. E isso, ao mesmo tempo, fascina e perturba a imaginação dos humanos.

Numa cultura narcisista que idolatra a publicização e visibilidade total, o anjo, invisível, detém uma alteridade radical. Como oráculo, intérprete, hermeneuta, mediador vigoroso, traz a promessa de revelação do oculto; não é à toa que o culto dos anjos seja tão bem sucedido nos mercados globais de "autoajuda".

A *imagerie* dos anjos persiste indelével no mundo secular; está nas capelas, nas esculturas, nos grandes afrescos e resplandecem no cinema, em *Cidade dos Anjos* (Brad Silberling, 1998) e na série apocalíptica *Anjos na América* (Mike Nichols, 2003), sem esquecer o anjo erotizado em *Barbarella* (Roger Vadim, 1968) e *O anjo exterminador* (Buñuel, 1962). É importante guardar a sua ontologia complexa que talvez possa ajudar a compreendermos o espírito do tempo, a extensão das subjetividades e o regime das mediações e socialidades, na era dos clones, ciborgues e avatares, os chamados seres "pós-humanos".

O espírito hermenêutico nos leva a conhecer o poder da linguagem formal, contábil, legislativa, e simultaneamente, reconhecer a potência da linguagem cotidiana, informal, performativa, assimilando a parte lúdico-criadora da experiência comunicante.

Sob o signo de Hermes podemos entender as noções que derivam do seu culto, como "hermeneia", "hermético", "hermetismo", "hermenêutica". A comunicação hermética transcende a lógica da facilidade e instiga a perspicácia humana para lidar com a coincidência dos opostos, concedendo a sabedoria para lidarmos com as complexidades, os temas difíceis, situações extremas (como tão bem conhecem os juízes, legisladores e advogados). Como mediador, Hermes encarna a figura da Justiça.

O código binário da linguagem informacional é hermético para os leigos; entretanto, a aquisição das instruções básicas e a sua aplicabilidade podem transformar os cidadãos em eficazes gestores dos processos sociotécnico-comunicacionais.

Hermes, no sincretismo religioso, à luz da Antropologia (BIÃO, 2009), se traduz na figura emblemática de Exu, do candomblé que – no Brasil arcaico – durante a hegemonia cultural branca, precisou se comportar secretamente para sobreviver. É uma entidade mediadora entre o mundo dos vivos e dos mortos, protetor da sexualidade masculina. Aqui a mediação de Hermes possui um sentido similar à mediunidade.

Mas, reúne a dimensão lógico-gerencial, material, quantitativa, e a dimensão involuntária, lúdica e exploratória da comunicação. Logo, faz uma mediação racional, útil e necessária.

O simbolismo de Hermes-Mercúrio está associado às aptidões para o cálculo, a matemática, a estatística, as ciências duras, pelo seu altíssimo poder de concentração e discernimento, mas também às virtudes criativas, procriadoras e transformadoras. E, a estrutura simbólica de Hermes-Trismegisto está ligada às faculdades espirituais, às essências humanas (às ciências do espírito, a Filosofia, a Antropologia, a Psicologia, a Sociologia, a Semiologia), reafirmando uma simbologia complexa que transcende o processo de midiatização contemporânea, pois se instala anteriormente desde um "tempo remoto das técnicas de ver e do ouvir". (ZIELINSKY, 2006, p. 46)

Um detalhe importante na sua indumentária é o capacete que ganhou de Hades; concedendo-lhe a astúcia, inteligência, o poder da gnose, do saber e da magia. Logo, é um *expert* no campo da imaginação criativa (artes da publicidade, *design*, arquitetura, propaganda, gestão organizacional e administrativa). Hermes é o protetor das ciências da contabilidade. Mas, o caduceu lhe envolve principalmente numa circunstância de significação esotérica, transmitindo-lhe o dom de decifrar o silêncio e a invisibilidade, liberando as experiências de mediação, decodificação e interação coletiva.

> É pelo fazer, visando à utilidade da ação, que se aprende a conviver com a liberdade. É pela ação construtiva que o cidadão, o empresário, o político, o comunicador, todos nós, descobrimos a essência, o *daimon*, no dizer dos gregos. Na 'Tábua das esmeraldas', atribuída ao deus Hermes, pode-se ler: 'Descobre o gênio imortal que te habita (*Daimon*), aquela energia apaixonada que te torna em algo e te impulsiona em direção à tua missão aqui na terra'. (VIANA, 2006, p. 15)

Na história do culto de Hermes podemos detectar um simbolismo ligado ao devir dos acontecimentos, o que nos remete à atividade da repor-

tagem, a transformação dos fatos em notícias, matérias jornalísticas. Essa circunstância contribui para a potência do processo de midiatização no âmbito da circulação; esse é o caso da internet em que a mensagem não para de circular "quase nunca", favorecendo níveis dinâmicos de acesso, mediação, interação e comunicação compartilhada.

Cumpre relembrar, o hermetismo envolve o "segredo", a parte oculta, a linguagem subliminar da comunicação, os não-ditos, os interditos, os silêncios, a matéria ainda em estado de elaboração.

Para os antigos, Hermes é um especialista também na fabricação dos antídotos, remédios; é pródigo nas mediações no sentido terapêutico. Hoje, se atualiza na figura do técnico, informacionista, encarnando uma espécie de "curandeiro high tech" que conserva o "disco duro", salvando a memória virtual, o nosso cérebro eletrônico.

Em suma, Hermes é o ágil detentor de um saber que lhe permite atuar como leitor, mediador, decodificador; é tanto um oráculo, decifrador, quanto repórter, intérprete, mensageiro: não é à toa que é o "patrono dos jornalistas". (VIANA, 2006)

A IMAGINAÇÃO MITOPOÉTICA, A HISTÓRIA E AS NERVURAS DO RE@L

Fazendo uma leitura mais atenta do estudo antropológico de André Lemos, *Cibercultura, vida social e tecnologia* (2004), encontramos uma etnologia das formas de vida mental, incluindo o mito e o logos, a técnica e a magia, desde um estágio pré-moderno da civilização. O trabalho demonstra como a *techné* e a *epistème* estiveram interligadas na sabedoria antiga. O discernimento desse hibridismo alerta para o fato de que as mediações tecnológicas podem favorecer conexões inteligentes e que o fenômeno da midiatização pode engendrar formas competentes nos usos da cultura.

É neste sentido que podemos compreender a popularidade e idolatria em torno dos *chats*, redes sociais, *blogs*, *games*, ambientes míticos e interativos,

dispositivos sensoriais e colaborativos que reúnem a dimensão diurna e noturna do imaginário, coligando linguagens e experiências advindas de interesses e motivações diferentes. Ou seja, os e-leitores, usuários, internautas regozijam-se manuseando o computador, de maneira diletante, descobrindo mundos virtuais, fascinados como se estivessem imersos numa experiência mágica, mas ao mesmo tempo, há muitos que trabalham atentos, perseverantes, dedicados e retiram dali os meios práticos de sua sobrevivência material.

Por esse ângulo podemos entender a força simbólica da internet na sociedade midiatizada: como "toda mídia" oferece lazer, diversão e entretenimento – o *e-comerce* é a sua expressão mais evidente –, e como uma *new media* cria oportunidades de trabalho e educação, como *e-learning*, as teleconferências, as publicações virtuais. Assim, convém enfatizar que as mídias digitais podem levar a mediações apenas diletantes, mas também elabora mediações que podem sanar desajustes socioeconômicos. De modo semelhante, pode provocar um processo de midiatização aliado apenas às engrenagens do capitalismo global ratificando o desequilíbrio social, e por outro lado, pode promover uma midiatização favorável à aproximação das fronteiras entre as classes sociais através de conexões sociotecnológicas bem ponderadas. Enfim, tudo isso vai depender da maneira como os atores sociais intervierem nesses processos.

Seguimos aqui uma perspectiva interdisciplinar que reúne as contribuições da Antropologia simbólica, dos Estudos Culturais em Comunicação, das pesquisas avançadas em cibercultura. Trata-se de um esforço de leitura e interpretação guiado pela empiricidade dos dados capturados na internet durante mais de dez anos. Mapeamos as experiências do YouTube, *blogs*, bibliotecas virtuais, jornalismo digital, sistemas de monitoramento e geolocalização, cinema e realidade virtual, processos de transmidiatização e netativismo, objetivando contribuir para uma interpretação da complexidade cultural na era da comunicação digital. Este trabalho é fruto da observação sistemática, análise e interpretação, da

contextualização social e histórica. Resultou de um esforço coletivo, um trabalho de investigação realizado em conjunto com jovens pesquisadores engajados nos temas da cibercultura (PIBIC/CNPq/PPGC/UFPB): Araújo (2003), Falcão (2009), Felix (2008), Liesen (2007), Lima (2009), Magalhães (2009, 2011), Martins (2008), Medeiros (2009, 2011), Medeiros Neto (2010), Rios e Oliveira (1997, 1998), Rodrigues (2002) e Serrano (2007).

Resgatamos a iconicidade de Hermes (Mercúrio/Trismegistus), uma vigorosa chave interpretativa dos "mistérios do mundo" na mitologia antiga que nos serve como ferramenta metodológica para entendermos as mídias, o processo de midiatização sociotecnológica e as mediações atuais.

O signo de Hermes se faz presente nas narrativas mitopoéticas de Homero, Hesíodo, Ésquilo, Sófocles, Eurípides, Píndaro e Aristófanes, servindo de farol aos homens e mulheres de todas as épocas. Inscreve-se na filosofia antiga – na dialética platônica[5] e na metafísica aristotélica[6] – como uma figura de linguagem poderosa, atuando colaborativamente na articulação dos sistemas de pensamento racionais da antiguidade – no domínio do Direito, da Medicina, da Engenharia, e hoje suas emanações atualizam a trama das vivências e linguagens eletrônicas compartilhadas.

Com o advento monoteísta do cristianismo, evidentemente, foram confiscados os seus atributos pagãos; todavia, persistiram na extraordinária iconografia das obras de artes, explodindo nos quadros de Botticelli, Rubens, Turner, Celine, De Vries, e na imaginação poética de escritores como Dante, Goethe, Oscar Wilde e Fernando Pessoa.

5 "Hermes pode ter derivado de hermeneus, que significa intérprete. Platão, dando voz a Sócrates, tentou estabelecer uma origem do nome, dizendo que Hermes estava ligado ao discurso, à interpretação e à transmissão de mensagens, atividades ligadas ao poder da fala (*eirein*), e segundo supunha no curso do tempo *eirein* havia sido embelezada e transformada em Hermes." (HERMES, [entre 2005 e 2011])

6 "Aristóteles sistematizou o conceito da hermenêutica, a ciência da interpretação, da tradução e da exegese, a partir dos atributos de Hermes. A aplicabilidade da hermenêutica filosófica de Aristóteles permanece com vigor no jargão dos profissionais do Direito e da Jurisprudência." (HERMES, [entre 2005 e 2011])

O CONFLITO DAS INTERPRETAÇÕES NO CIBERESPAÇO

No contexto da civilização cristã tardia, é interessante notar o surpreendente sincretismo ocorrido entre os mitos antigos e os santos forjados pelo catolicismo, cuja atual força simbólica é extraordinária junto às comunidades de crentes. Talvez a sua expressão mais forte, nos tempos do turismo global, seja a permanência do culto e peregrinação no caminho de Santiago de Compostela, que arrebanha milhões de fiéis de todas as partes do mundo, revelando um hermetismo e nomadismo surpreendentes.

O imaginário popular é fértil e os ícones derivados da figura de Hermes e suas hibridações fervilham no sincretismo cultural contemporâneo, como indicam o culto dos santos ligados – simbolicamente – à comunicação, à conexão e à velocidade: Nossa Senhora dos Navegantes (e da Boa Viagem), São Cristovão (padroeiro dos motoristas), São Rafael (padroeiro dos motociclistas), São Francisco Sales (padroeiro dos jornalistas), Santo Antônio (protetor dos feirantes e dos namorados), incluindo a incrível figura de Santo Isidoro de Sevilha (padroeiro dos internautas), são exemplares.[7]

Os cortejos em torno da iconicidade formada por essas figuras híbridas, em sua aparente banalidade, atestam a potência do imaginário simbólico que se estrutura a partir de distintas e diversificadas influências multiculturais. Mas, nos instiga a refletir sobre os processos de mediação e midiatização a partir de um ponto de vista que envolve a parte visível, mas também a parte invisível da comunicação humana, respeitando os sistemas de pensamento, de crenças e formações culturais distintas.

7 Comemora-se em 4 de abril o dia do padroeiro dos usuários da internet, Santo Isidoro de Sevilha. Em março de 2000, o Serviço de Observação da Internet, sob a inspiração do Conselho Pontifício para a Comunicação Social, do Vaticano, resolveu apoiar o nome do santo para ser o patrono da internet. Santo Isidoro de Sevilha foi indicado por ter escrito uma enciclopédia em 20 volumes, as "Etimologias", que tratam de tudo que se conhecia em sua época (século VI), desde gramática até pássaros, de animais e medicina, de construção de estradas a moda e mobília, bem como meditações teológicas sobre a Divindade. Ele descobriu também um sistema de pensamento, chamado de "flashes", e ainda tido como coisa muito moderna. Seria o Google daquela época. (BLOGDOQUEMEL, 2011)

Em nossa época imagético-publicitária, portanto midiatizada, a iconologia de Hermes-Mercúrio se projeta numa cartografia multifacetada: na hermenêutica jurídica, comercial, médica, psicanalítica, nos rituais do candomblé, na astrologia, nos esportes, no circuito da moda e no *show business*, configurando uma multiplicidade de mediações que significam aqui doações de sentido para a existência humana e social.

Importa aqui perceber a arte da comunicação como uma hermenêutica (uma mediação interpretativa) que pode atualizar um olhar sobre as novas experiências cotidianas, desde os games interativos, como *O Inferno de Dante*, passando pela videologia de *Harry Potter* e os ambientes imersivos como o *Second Life*, até o caleidoscópio de imagens do site *pornotube.com*.

As novas artes tecnológicas e as mídias colaborativas solicitam novos olhares que podem ser instigados pela sabedoria antiga; este é o sentido do convite a Hermes para uma interpretação das formas culturais contemporâneas.

Miramos os dispositivos de arte-net minimalista das mensagens em *Power Point*, o vasto repertório de textos postados no site de compartilhamento *Slideshare*. Contemplamos as epifanias ciber-astrológicas das páginas eletrônicas (como o site *Porto do Céu*), os bizarros posts “comemorativos” pela morte de Bin Laden, no *YouTube*, os comentários indignados dos ciberativistas no Orkut e os “segredos de polichinelo” revelados no *wikileaks*.

Eis uma experiência de contemplação e desvelação do sentido, uma atitude filosófica presente nas formulações de Benjamin, Simmel, Flusser e Latour, que, movidos por uma “lógica da razão sensível”, empenharam-se na exploração da arte, técnica, comunicação e política, e hoje têm irrigado o pensamento das novas gerações acerca da midiatização tecnológica e das mediações como apropriações estratégicas.

Essa constelação de pensadores possui analogia com a imaginação “antroposófica” (e interpretativa) de Hermes Trismegistus, o alquimista que parece ter previsto a nossa era de hibridações, mediações e convergências desconcertantes.

O SONO DA RAZÃO SENSÍVEL DESPERTA OS MONSTROS

A filosofia hermenêutica nos favorece uma leitura do código impresso e também audiovisual. Assim, os filmes *Janela da Alma* (João Jardim & Walter Carvalho, 2002) e *Ensaio sobre a Cegueira* (Fernando Meirelles, 2008), todos disponibilizados – integralmente ou em fragmentos na Web – são modos de midiatização da sétima arte e ao mesmo tempo, interpretações do mundo e exercícios hermenêuticos, sob a dupla forma da textualidade e da "audiovisibilidade".

Aliás, a linguagem hipertextual da *web*, de maneira inédita propicia interpretações, leituras imersivas, transversais, e, dependendo do modo de usar, pode tornar mais claras as nossas ideias acerca da complexidade do mundo em que vivemos.

A inteligência coletiva conectada, graças à grande hermenêutica digital gerada pela *web*, como uma máquina sociotécnica provedora de leituras e mediações, pode transformar o discurso em ação. Todavia, enfatizamos, essa tarefa não é fácil, pois a comunicação em rede é atravessada permanentemente por poderes em conflito. O Estado, o capital e os ativistas em rede disputam o ciberespaço com interesses e objetivos distintos. E o êxito no exercício das empreitadas em rede vai depender do modo como puderem gerar estratégias conectadas de mediação social face à midiatização desbalanceada.

A inteligência sociotécnica conectada pelos sistemas hipermídia realiza o sonho hermenêutico de desvelamento do mundo através da visão, audição e "tactibilidade". Eis uma experiência cultural que modifica os padrões de linguagem, encorajando os atores sociais a usarem os equipamentos tecnológicos para acederem ao status de cidadãos.

HERMENÊUTICA E *THEATRUM PHILOSOFICUM*

A recorrência às obras *Hermenêutica* (PALMER, 1986), *Questões fundamentais da hermenêutica* (CORETH, 1973) e *Interpretação e Ideologias* (RICOEUR,

1988) é relevante para o refinamento da percepção acerca dos diferentes modos de mediação e construção dos discursos. Uma estratégia essencial para a evolução do pensamento que se desloca do preconceito ao pré-entendimento, abrindo clarividências diante do novo.

Seguimos as pistas lançadas pela hermenêutica visando a uma estratégia de mediação entre gramáticas discursivas emergentes. E cabe ao cidadão virtual exercer o livre arbítrio, fazer a sua própria interpretação e escolher o modo de agir no processo de midiatização que, em si, não significa avanço nem retrocesso para os processos socioeconômicos, políticos e culturais, dependendo do contexto social e histórico.

Este é um trajeto que certamente poderia ser retomado a partir da crítica de Heidegger à técnica ou da filologia iconoclasta de Nietzsche, exorcizando a hegemonia dos valores morais, filosóficos, estéticos através de aforismos desconcertantes.

Todavia, optamos pela contemplação de um roteiro das interpretações, partindo de um momento histórico em que o mundo começou a ser pensado à maneira moderna.

E esse momento pode ser datado a partir de Kant (1724-1804), antes de tudo, um grande intérprete, exegeta da razão, que buscou conciliar o racionalismo dedutivo, de Descartes e Leibniz, com o empirismo inglês (Hume-Locke-Berkeley). Kant nasceu em Königsberg, e num certo sentido antecipou McLuhan, e sem nunca ter saído da sua "aldeia" – reza a lenda – almejou decifrar o mundo forjando filosoficamente uma "globalização" *avant la lettre*, através das extensões de uma razão pura e transcendental.

O filósofo das luzes empreendeu um rigoroso projeto de interpretação do real, portanto, uma mediação, uma hermenêutica; mas, empenhado em uma explicação do mundo através de um "imperativo categórico", deixou de fora a perspectiva da razão sensível no ato de contemplação do mundo.[8]

8 Este projeto será levado a cabo por outros estetas e pensadores como os neoidealistas e românticos Schiller e Fichte.

Capturamos em Kant a noção de "imperativo categórico" para repensar o conceito de "imperativo da visibilidade", empregado por Paula Sibilia (2008) na investigação da sociabilidade virtual, quando as experiências da visibilidade, conexão e mobilidade aparecem enquanto prerrequisitos para a entrada do ser na ordem da cultura; ou seja, temos aqui indícios para uma relativização do fenômeno da midiatização.

Na filosofia hermenêutica, cintila a obra do teólogo Schleiermacher (1768-1834), fazendo a crítica dos milagres e das escrituras que, em última instância, nos leva a entender para além da magia do ciberespaço um sistema de padronização da linguagem como estratégia de estabelecimento dos efeitos de verdade. Logo, antecipa Baudrillard e a crítica dos simulacros e simulações; eis um tipo de mediação crítica.

Dilthey (1833-1911), psicólogo-pedagogo dedicado ao estudo das "ciências do espírito" e "ciências da natureza", abre caminho para as futuras mediações, no século XXI, sobre o espírito do tempo, a inteligência cognitiva e a ecologia da comunicação, desenvolvida por Bateson e outros visionários da Escola de Chicago.

Husserl (1859-1938), filósofo-matemático, ousou prever uma fenomenologia do Ser diante do número, antecipando a ideia da automação, conexão e mediação numérica da "modernidade tardia". Um processo especulativo que vai ganhar novas proporções na pragmática da comunicação, com Austin, Searle e Peirce, no século XX.

Caminhando sozinho na rota das ideias do seu tempo, Heidegger (1889-1976), investigador da metafísica e da teologia, antecipou uma filosofia crítica da técnica, e desta maneira vai dominar o pensamento norteador da tradição crítica da tecnocultura, abrindo caminho para uma crítica da midiatização como vetor regressivo para a cultura.

Gadamer (1900-2002), autor da obra *Verdade e Método*, empenhou-se em decifrar o "caráter verdadeiro das coisas", e findou como um estudioso do belo, nos estimulando a explorar os "enigmas, segredos e mistérios" da realidade sensível estetizada pelas tecnologias audiovisuais colaborativas;

assim a mediação estética se inscreve como um acesso à "verdade" dos seres, das palavras e das coisas

Ricoeur (1913-2005), o filósofo do sentido, dedicou-se às "interpretações e ideologias", enfrentando "conflito das interpretações", e hoje o seu legado filosófico nos encoraja a compreender os paradoxos e complexidades da midiatização e das estratégias sociotécnicas de mediação, como ocorrências conflitivas que exigem contextualização.

Enfim, valorizamos as leituras híbridas como estratégias vigilantes na apreensão da complexidade do real midiatizado. Logo, apreendemos as iluminações filosóficas clássicas e os *insights* recentes de pensadores do contemporâneo, cujos esforços em compreender o significado da história, arte, técnica, política e vida social, na era da midiatização, deixaram estímulos para problematizarmos os dispositivos sociotécnicos (mediadores) no contexto da inteligência coletiva conectada.

REFERÊNCIAS

AMADEU, S. *Blog do Sérgio Amadeu*. 2009. Disponível em <http://samadeu.blogspot.com/2008/04/things-hackers-detest-and-avoid.html>. Acesso em: 09 nov. 2010.

ANTOUN, H. *WEB 2.0 – Participação e vigilância na comunicação distribuída*. Rio de Janeiro: Mauad, 2008.

ARAÚJO, A. H. C. *As organizações no ciberespaço*. João Pessoa: UFPB, 2003. Não publicado.

BARBERO, J. M. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Ed.UFRJ, 2003.

BENJAMIN, W. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: ______. *Obras Escolhidas*, v. 1. Arte, Técnica, Ciência e Magia. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BIÃO, A. A comunicação nas encruzilhadas da Esfinge, de Hermes, Mercúrio, Exu, Maria Padilha: ditos, não-ditos, interditos e mal-entendidos. *Revista FAMECOS*, n. 40, dez. 2009. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/

revistafamecos/article/viewFile/6323/4598>. Acesso em: 06 mar. 2010.

BLOGDOQUEMEL. *Consultoria doméstica*. Disponível em: <http://blog.consultoriadomestica.com.br/2011/04/04/santo-isidoro-de-sevilha-padroeiro-dos-internautas/>. Acesso em: 10 out. 2011.

BRAGA, J. L. *A sociedade enfrenta a sua mídia*. São Paulo: Paulus, 2006.

CASTRO e SILVA. Hermes. In: MARCONDES FILHO, C. (Org.) *Dicionário de Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009.

CONTRERA, M. S. *Mediosfera*. São Paulo: Annablume, 2010.

CORETH, E. *Questões fundamentais de hermenêutica*. São Paulo: EPU, 1973.

FALCÃO, L. *O Second Life e a Teoria da Calda Longa*. João Pessoa: UFPB, 2009. Não publicado.

FELIX, L. *Socialidades efêmeras no ciberespaço*. João Pessoa: UFPB, 2008. Não publicado.

HACKERTEEN. Ética Hacker. [200-]. Disponível em: <http://www.hackerteen.com/link/etica-hacker.html>. Acesso em: 15 dez. 2011.

HERMES. In: *Wikipedia*. [entre 2005 e 2012]. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Hermes>. Acesso em: 01 abr. 2011.

KERCKHOVE, D. *A pele da cultura*: investigando a nova realidade eletrônica. São Paulo: Annablume, 2009.

LEMOS, A. *Cibercultura*: tecnologia e vida social. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LIESEN, M. *Comunicação, sensibilidade e mediação tecnológica*. 2010. Disponível em: < http://sites.google.com/site/mauricioliesen/textos >. Acesso em: 10 maio 2012.

LIMA, N. R. A. S. *Webjornalismo*. João Pessoa: UFPB, 2009. Não publicado.

MAFFESOLI, M. *Elogio da razão sensível*. Petrópolis: Vozes, 1998.

MAGALHÃES, M. *Orkut e comunidades virtuais*. João Pessoa: UFPB, 2011. Não publicado.

MARCONDES FILHO, C. (Org.) *Dicionário de Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009.

MARTINS, A. V. *Blogs, blogueiros, blogosfera*: uma caracterização dos blogs e dos seus interagentes. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 11., 2009. Teresina. *Anais*... Teresina: Intercom, 2009. Disponível em: < http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2009/resumos/R15-0090-1.pdf>. Acesso em: 10 maio 2012.

MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.

______. *A galáxia de Gutemberg*. São Paulo: Editora Nacional, EDUSP, 1972.

MCLUHAN, M; FIORI, Q. *Os meios são as massagens*. São Paulo: Record, 1969.

MEDEIROS, E. *Blogs, jornalismo e redes sociais*. João Pessoa: UFPB, 2011. Não publicado.

MEDEIROS NETO, R. B. *Twitter, a credibilidade da mensagem sintetizada*. João Pessoa: UFPB, 2010. Não publicado.

MORAIS, D. (Org.) *A sociedade midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

PALMER, R. E. *Hermenêutica*. Lisboa: Edições 70, 1986.

PEREIRA, V. A. *Estendendo McLuhan*: da aldeia à teia global. Porto Alegre: Sulina, 2011.

PRIMO, A. *Interação mediada por computador*: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

PRIMO, A. et al. (Org.). *Comunicação e interações*. Sulina: Compós, 2008.

RECUERO, R. *Redes Sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RICOEUR, P. *Interpretação e ideologias*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1988.

RIOS, P.; OLIVEIRA, A. *Home Pages*: o acesso às auto-estradas da cibercultura. João Pessoa: UFPB, 1998. Não publicado.

______. *A Internet e a busca da comunicação horizontal*. João Pessoa: UFPB, 1998. Não publicado.

RODRIGUES, J. *Estudo dos chats*. João Pessoa: UFPB, 2002. Não publicado.

SERRANO, P. H. S. M. *Cognição e interacionalidade através do YouTube*. 2007. Disponível em: < http://www.bocc.ubi.pt/pag/serrano-paulo-cognicao-interacionalidade-youtube.pdf>. Acesso em: 10 maio 2012.

SILVEIRA, S. A. *Exclusão digital*: a miséria na era da informação. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

SODRÉ, M. *Antropológica do Espelho*: uma teoria da comunicação linear e em rede. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

VERÓN, E. *A midiatização em seu último episódio*. Entrevistador: Centro Internacional de Semiótica e Comunicação (CISECO). 2011 . Disponível em: <http://www.ciseco.org.br/index.php?option=com_content&view=article&id=63&Itemid=58>. Acesso em: 02 fev. 2012.

VIANA, F. *Hermes, a divina arte da comunicação*. São Paulo: Clã Editora, 2006.

ZIELINSKY, S. *Arqueologia da mídia*: em busca do tempo remoto das técnicas do ver e ouvir. São Paulo: Annablume, 2006.

Inflexões metodológicas para a teoria do uso social dos meios e processos de midiatização

JORGE CARDOSO FILHO

INTRODUÇÃO

A proposição de uma reflexão sobre o uso social dos meios ganhou força, na América Latina, a partir da década de 1980, com o lançamento do livro *De los medios a las mediaciones: cultura, globalizacion y hegemonia*, de Jesús Martín-Barbero. Havia ali uma reflexão sobre os meios de comunicação de massa que não tomava a discussão dos conteúdos veiculados como fundamental, típico da abordagem funcionalista, mas que também não privilegiava uma abordagem formal e suas implicações sociais, de inspiração na teoria crítica frankfurtiana.

Martín-Barbero argumentava que somente no âmbito da apropriação desses meios é que seria possível visualizar os significados das práticas e, nesse sentido, entendê-las como fenômenos culturais que se entrelaçam e são atravessados por diferentes campos de força; de natureza histórica, tecnológica, social, política, econômica etc. Seu argumento encontrou reverberação nos estudiosos do campo da Comunicação no Brasil, como Escosteguy (2001) e Gomes (2004), sobretudo para aqueles que não estavam satisfeitos nem com as explicações oriundas das pesquisas em *media effects* nem com a discussão sobre a indústria cultural.

Contudo, a adesão à proposição teórica desse autor não resultou num consequente amadurecimento das pesquisas de modo a apresentar desdobramentos metodológicos para apanhar, captar e identificar esses "usos sociais dos meios" nos períodos em que eles ocorrem. Com alguns méritos e também problemas, as pesquisas se desenvolveram muito mais aplicando as proposições de Martín-Barbero que sistematizando e demonstrando sua eficácia metodológica no estudo dos fenômenos culturais contemporâneos. Felizmente, esse panorama começa a mudar nos últimos anos. Pesquisas recentes estão questionando metodologicamente a envergadura explicativa da teoria de Martín-Barbero. Além dos trabalhos de Ronsini (2008; 2010), Guimarães e Leal (2007), Escosteguy (2008) e Orofino (2011), que fazem interessantes ressalvas às proposições de Martín-Barbero, é possível identificar, na América Latina, repercussões sobre a implicação metodológica da teoria das mediações nas pesquisas sociais.

Destaca-se, no contexto latino-americano, a crítica de Orozco Gómez (2006). O autor sugere que a condição de múltiplos desordenamentos pela qual passa a comunicação social é fruto da ruptura instituída pela proposição teórica das mediações – que entrelaçadas, sobretudo com as tecnologias, exacerbam a sensação de instabilidade de uma época. Orozco Gómez reconhece que a própria capacidade de percepção se altera devido às reorganizações das mediações descrita por Martín-Barbero, porém não demonstra empiricamente como essas transformações se processam.

Ademais, o crescimento da preocupação com o exacerbado processo de midiatização pelo qual vem passando a sociedade contemporânea permite reinserir a problemática das mediações pela perspectiva da nova condição interacional de referência (BRAGA, 2006) e elucidar, metodologicamente, procedimentos até então pouco usuais nas investigações sobre usos sociais dos meios.

> A mediatização em curso pode ser entendida (e investigada) como o desenvolvimento de uma processualidade interacional ampla, em vias de suplantar a cultura escrita *enquanto principal*

> *referência* para as interações sociais. Além de indicar algumas características dessa mediatização como processo interacional de referência, observo também 'lacunas' em sua própria lógica, que se põem como outros tantos desafios com que a sociedade se defronta na transição. (BRAGA, 2010, p. 76, grifos do autor)

Penso que este é um terreno que necessita de aprofundamento e que algumas articulações podem contribuir para operacionalizar a proposição teórica de Martín-Barbero e as reflexões de Braga, trazendo-as para um confronto rico com a empiria.

Nesse trabalho, pretendo apresentar uma dessas articulações possíveis, seguindo como referência a proposição exposta em texto anterior (CARDOSO FILHO, 2008) sobre os conceitos de mediações e experiência no estudo da música popular massiva. Embora minha questão inicial estivesse ligada ao campo das expressões musicais, os resultados da investigação demonstraram que as articulações ali promovidas podem ser ampliadas para outros campos de reflexão, como os processos contemporâneos de midiatização, por exemplo.[1]

MANIFESTAÇÕES DAS MEDIAÇÕES SOCIAIS

Quero partir de um texto recentemente publicado por Itania Gomes (2011), no qual a autora apresenta a ideia de gênero televisivo como categoria cultural e, desse modo, justifica a centralidade do conceito de gênero no mapa das mediações proposto pelo teórico colombiano. Esse movimento, realizado pela autora, revela a preocupação com os desdobramentos metodológicos das teses de Martín-Barbero, sobretudo com a operacionalidade do conceito de mediação.

1 Braga (2006) destaca que desde o início das interações midiatizadas, a sociedade age e produz não apenas seus meios de comunicação como também seus produtos e práticas, reinventando assim objetivos e funções às perspectivas instituídas na produção/emissão. Segundo o autor, isso é possível porque as sociedades criam um sistema de "atividades de resposta" que funciona como direcionamento dos modos como um determinado grupo (sociedades, comunidades etc.) interagem com os produtos midiáticos.

Para Gomes (2011), o modo como Martín-Barbero trabalha o conceito de mediação apresenta uma gradual adequação às realidades impostas pela globalização e produtos midiáticos que não fica tão evidente em *Dos meios às mediações,* quando apresentava de forma inaugural sua proposta de entendimento das mediações como uso social dos meios. Nesse primeiro momento, o autor reivindicava um retorno às questões particulares dos variados processos de mediação social, dos quais os meios de comunicação de massa eram uma ocorrência recente e que, de forma equivocada, havia sido superestimada pela tradição da sociologia da Comunicação.

A respeito dos deslocamentos instituídos pela reflexão de Martín-Barbero, escreve Ana Carolina Escosteguy (2001, p. 869, tradução nossa):

> Para que a Comunicação seja abordada pela perspectiva cultural – um programa de pesquisa desenvolvido por Martín-Barbero – é necessário assumir que a observação não deve estar centrada na mídia e que a análise deve estar aberta para a mediação. De um modo geral, isto implica mover os processos comunicativos para o espaço denso e ambíguo ocupado pela experiência subjetiva em determinados contextos sócio-históricos.[2]

A reorientação fundamental, portanto, se daria no âmbito da ênfase nas competências de recepção, esse espaço denso e ambíguo ocupado pela experiência subjetiva em contextos sócio-históricos determinados, mencionado por Escosteguy. Assim, o autor vai apontar a cotidianidade no espaço doméstico como possibilidade de liberdade criativa, normalmente restrita pela monotonia de um trabalho vinculado às indústrias de entretenimento. Também o consumo, se pensado de forma não-reprodutivista, pode oferecer essas possibilidades de apropriação cultural e a leitura, finalmente, entendida de forma ampla, como produção que

2 So that communication can be approached from a cultural standpoint – a research program developed by Martín-Barbero – it is necessary to assume that observation is not centered around the media themselves and that analysis is open to mediation. Generally speaking, this means moving the communicative processes to the dense and ambiguous space occupied by the subjective experience placed in certain social-historical contexts.

questiona a centralidade do sentido e reconhece as assimetrias nas competências de interpretação.

Segundo Gomes (2011, p. 117, grifo nosso) há, nesse processo, uma reorientação na proposição original de Martín-Barbero. Em *Dos meios às mediações*

> o que era apenas um mapa noturno, um mapa que nos permitiria 'avançar tateando', que serviria 'para questionar as mesmas coisas – dominação, produção e trabalho – mas a partir do outro lado: as brechas, o consumo, o prazer', [...] que permitiria transforma-se no novo mapa das mediações que o autor desenha em *Pistas para entre-ver meios e mediações* e consolida em *Ofício de Cartógrafo*.

A formulação de um mapa composto pelos eixos sincrônico e diacrônico, tensionados por diferentes campos de força, em suas extremidades, se constitui então como a alternativa oferecida por Martín-Barbero para desenvolver as análises de transformação e apropriação de sentidos e valores socialmente partilhados, sobretudo nas articulações entre comunicação, cultura e política. A ideia principal consiste em reconhecer os pontos de mobilidade e perspectiva da cartografia, que podem gradualmente se transformar e instituir novos valores e sentidos.

> Propomos então um mapa que se movimenta sobre dois eixos: um diacrônico, ou histórico, de larga duração – tensionado entre as *Matrizes Culturais* (MC) e os *Formatos Industriais* (FI) –, e outro sincrônico, tensionado pelas *Lógicas de Produção* (LP) em sua relação com as *Competências de Recepção ou Consumo* (CR). Por sua vez, as relações entre MC e as LP se acham mediadas por diferentes regimes de *Institucionalidade*, enquanto as relações entre as MC e as CR estão mediadas por diversas formas de *Socialidade*. Entre as LP e os FI medeiam as *Tecnicidades*, e entre os FI e as CR as *Ritualidades*. (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 230, grifos do autor)

É ao focar essa formulação que Gomes encontra espaço privilegiado para argumentar em favor da centralidade da noção de gênero na proposição do autor, afinal seriam nos gêneros onde as articulações descritas por Martín-Barbero se manifestariam prioritariamente. “Momentos de uma *negociação*, os gêneros não são abordáveis em termos de semântica ou sintaxe: exigem a construção de uma *pragmática*, que pode dar conta de como opera seu reconhecimento numa comunidade cultural”. (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 314, grifo do autor). Como é uma espécie de estratégia de comunicabilidade, as marcas do gênero se fazem presentes e analisáveis nos diferentes textos culturais.

Desse modo, o percurso de desenvolvimento de uma formulação teórica em um procedimento de análise vai se evidenciando. Os regimes de institucionalidade, tecnicidade, socialidade e ritualidade podem ser encontrados nos próprios textos culturais, o que implica uma reflexão atenta às práticas e não necessariamente aos objetos ou conteúdos. Há práticas que parecem mesmo dependentes de certas ritualidades – como a construção de uma coleção de álbuns de música pop –, assim como há institucionalidades que, à primeira vista, legitimam os discursos e práticas de determinados atores sociais (como a proteção aos direitos autorais). Por esse motivo, Gomes (2011) conclui que Martín-Barbero está contribuindo muito mais com o desenvolvimento de uma abordagem cultural que, especificamente, comunicacional.

A natureza da noção de gênero cultural é, por isso, metodológica. A partir dele é que os pesquisadores podem encontrar as recorrências e os padrões que operam nas mais diversas expressões da comunicação, cultura e política. Essas recorrências estão atreladas aos entrecruzamentos estabelecidos pelos oito pontos do mapa “noturno” descrito por Martín-Barbero – os quatro pontos dos eixos sincrônico e diacrônico mais os quatro pontos que medeiam às relações entre eles.

Esse aprimoramento proposto por Gomes me parece promissor para pensar as inflexões metodológicas da teoria do uso social dos meios,

sobretudo se pensamos num ponto específico sobre o qual a autora silencia: a questão da experiência. Esse tema se insinua nas reflexões de Martín-Barbero desde a sua proposição em *Dos meios às mediações*, mas, curiosamente, parece não chamar atenção dos estudiosos que se debruçam sobre seu trabalho.[3] As teses de Benjamin sobre a sensibilidade da massa aparecem como indício da preocupação de Martín-Barbero (2001, p. 84) com a experiência.

> Para Benjamin, pelo contrário, pensar a experiência é o modo de alcançar o que irrompe na história com as massas e a técnica. Não se pode entender o que se passa culturalmente com as massas sem considerar a sua experiência. Pois, em contraste com o que ocorre na cultura culta, cuja chave está na obra, para aquela outra a chave se acha na percepção e no uso.

É perceptível a simpatia com que o autor toma as proposições de Benjamin sobre a importância da reflexão em torno da experiência ao longo de todo o terceiro capítulo, da primeira parte de *Dos meios às mediações* – aquele denominado *Indústria Cultural: capitalismo e legitimação*. É na obra de Benjamin que Martín-Barbero vai encontrar os aportes necessários para construir sua teoria sobre as mediações – que não são fixas, mas descontínuas, característica que sempre fascinou Benjamin.

> Benjamin propõe a importância capital de uma 'história da recepção'. Tratar-se-ia então, mais que de arte ou de técnica, do modo como se produzem as transformações na experiência e não só na estética. [...] A nova sensibilidade das massas é a da *aproximação*, isso que para Adorno era o signo nefasto de sua necessidade de devoração e rancor resulta para Benjamin um signo, sim, mas não de uma consciência acrítica, e sim de uma longa transformação social, a da conquista do sentido para o

3 O texto de Guimarães e Leal (2007) é uma exceção, uma vez que propõe como solução para circunscrever o alcance do paradigma das mediações, de modo a construir uma ferramenta de estudo mais eficiente, dialogar com o conceito de experiência à luz do quadro conceitual do pragmatismo e da hermenêutica filosófica.

idêntico no mundo. (MARTIN-BARBERO, 2001, p. 85-86, grifo do autor)

É na experiência que se manifestam, portanto, as transformações sociais que estão em operação. A partir dela é possível identificar modos de resistência e percepção outras, ações ainda não previstas/consolidadas pelos/nos gêneros culturais. Como faz parte da dinâmica interacional, esse processo demonstra uma importante dimensão da relação dos sujeitos com as constrições das mediações sociais: um certo grau de indeterminação. Obviamente, como não são previsíveis, os elementos que extrapolam as convenções já estabelecidas só podem ser identificados posteriormente.

Com essas afirmações de Martín-Barbero em mente, sugeri que a incorporação do conceito de experiência (CARDOSO FILHO, 2008) possibilitaria pensar tanto o recorrente quanto o singular – mesmo nas atividades e práticas mais cotidianas (como ouvir música ou assistir TV), algumas vezes, surge algo que foge aos padrões instituídos. Parece-me que esse é um dos aspectos aos quais Martín-Barbero quer se referir quando fala em "uso social dos meios". Há, também, um "uso social" porque, não obstante todas as convenções estabelecidas nos gêneros culturais há possibilidade de invenção e criação no âmbito da experiência.

Contudo, afirmar a possibilidade de emergência de rupturas nos padrões instituídos pelos gêneros culturais não é suficiente. É preciso ir além e investigar como podemos identificar as condições de possibilidade dessas rupturas, identificar como elas se constituíram. Do mesmo modo como foi necessário pensar numa materialização textual dos gêneros culturais, ou melhor, nos padrões materiais adquiridos pelos diferentes textos culturais, como aponta Gomes (2011), pode-se afirmar também que é necessário pensar na materialização dos atos que escapam, sobram ou extrapolam os padrões e recorrências textuais. Afinal, sempre foi uma preocupação de Martín-Barbero pensar as possibilidades de ação inventiva dos sujeitos inseridos nesse contexto midiático.

Penso, portanto, que trabalhar simultaneamente com o convencionalizado (identificável no gênero cultural) e com a singularidade (manifestado na experiência), a fim de construir procedimentos metodológicos para apreender os usos sociais dos meios, é a estratégia mais eficaz a ser traçada pelos pesquisadores. É, então, imprescindível descrever como se manifesta a experiência.

O APARECER DA EXPERIÊNCIA

A condição de possibilidade para o desenvolvimento da experiência é a situação a partir da qual ela emerge. A situação é regulada pelas diversas mediações sociais a que se refere Martín-Barbero, que por sua vez, se manifestam como gêneros culturais a partir de marcas inscritas nos próprios textos culturais. Na sua relação com a diversidade desses textos, aquele que faz/padece da experiência pode não só acionar o convencional como também atentar para a singularidade que se estabelece naquela interação específica e, desse modo, fazer aparecer elementos ainda não previstos, perspectivas desviantes.

Evidentemente, esses aspectos desviantes, que transbordam ao convencional, podem ser incorporados aos pontos do mapa das mediações e tornarem-se recorrentes, o padrão de uma época ou de certo grupo cultural – o que significa que na dinâmica interação do gênero com a experiência, há a constante possibilidade de alargamento/diminuição das fronteiras já estabelecidas. Isso implica que um gênero cultural, e sua respectiva experiência, é um fenômeno sempre transitório, sujeito às alterações promovidas pela dinâmica das interações.

Percebe-se, dessa forma, que a articulação da noção de gênero cultural ao conceito de experiência apresenta potencial para explicar metodologicamente os processos de produção e reconfiguração do sentido, na medida em que opera tanto com os elementos convencionais que se manifestam nas superfícies textuais como deixa espaço para entender as contribuições da interação com singular em cada situação – inclusive

àquelas singularidades que não dizem respeito apenas à dimensão do sentido, mas também da sensibilidade.

Como se pode observar, a proposta de Martín-Barbero ambiciona captar os usos sociais dos meios em suas manifestações materiais (na experiência), contudo as interpretações que o autor desenvolveu sobre a mestiçagem do indígena ou da televisão a partir das mediações, presente em *Dos meios às mediações* (MARTÍN-BARBERO, 2001), se revelaram imateriais e demasiadamente hermenêuticas. Sobre a televisão, o autor demonstrava como os três lugares de mediação (a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural) implicavam-se nas simulações de contato e na retórica direta televisiva. Sobre a mestiçagem do indígena, o autor relatava como as pressões exteriores, mediações internas e afirmações étnicas marcavam a identidade indígena.

Penso, portanto, que o mapa das mediações não garante a identificação dos diferentes níveis de constrição que os gêneros culturais exercem nas suas manifestações materiais, os textos, nem no modo como estes interagem com os sujeitos no desenvolvimento da experiência. A não ser que sacrifique a noção de plano, que caracteriza seu mapa noturno, em favor do volume ou, para usar uma metáfora, dos "relevos", a materialidade da experiência permanece inalcançável. Penso ser possível adensar essa crítica na esteira das questões formuladas por pesquisadores da chamada Teoria das Materialidades e afirmar que o modelo de Martín-Barbero não rompe com o tratamento eminentemente imaterial concedido à cultura pelo campo das Ciências Humanas.

A proposição deve ser, então, desenvolver procedimentos que permitam apreender materialmente a experiência que se conformou na relação entre o sujeito e determinado texto cultural, não só no seu aspecto simbólico, mas também físico-sensual. A exploração metodologicamente rigorosa dessa dimensão material permite discutir melhor as inflexões necessárias ao mapa das mediações para a apreensão da experiência, nas suas diferentes tonalidades. Afinal, o que está em foco no debate é:

a) o padrão de experiência (uso social) instituído pela última configuração do mapa das mediações, e; b) as possíveis transformações na experiência que emergem das rupturas com os usos sociais hegemônicos e processos contemporâneos de midiatização.

Nesse sentido, encontramos a necessidade de desenvolver um método de estudo que se debruce, de forma radical, sobre essa dimensão material que é primitiva, anterior, que é a condição de possibilidade da emergência dos sentidos e, portanto, dos usos sociais.

EIXOS, PLANOS E RELEVOS

Como a contribuição oferecida por Erick Felinto e Vinicius Andrade (2005) no mapeamento de autores que entendem o corpo como um objeto central da reflexão sobre a cultura, divorciado do espírito e com todas as inscrições que sofre nas relações com o poder e com os aparatos tecnológicos já foi exposta em texto anterior (CARDOSO FILHO, 2009), pretendo apresentar aqui apenas as contribuições metodológicas para apreender materialmente a experiência.

Por se tratar de uma abordagem material (não materialista) penso que o mapa das mediações composto pelos dois eixos (sincrônico e diacrônico) organizados em um plano, deve estar amparado num mapa "de relevo" das materialidades, que concederia o volume e tridimensionalidade à proposição de Martín-Barbero. Como toda experiência tem profundidade, uma ampliação dessa magnitude permitirá um estudo detalhado da experiência, em suas variadas particularidades, delineada tanto pelos aspectos das convenções dos gêneros quanto pela sua materialidade.

Como os gêneros culturais se manifestam em textos, isto significa que sempre se apresentam materializados num ambiente específico. O melodrama, como gênero cultural, se manifesta de formas distintas em folhetins, em romances e/ou telenovelas, por exemplo. A impressão em jornal com periodicidade, o livro como obra fechada e o discurso audiovisual são ambientes que, cada um ao seu modo, instituem padrões interacionais

diferenciados, favorecendo a emergência de determinadas experiências em prol de outras – como não há texto sem plano de expressão, pode-se dizer que um *medium* é necessário sempre que algum conteúdo pretende se manifestar.

É importante destacar que para os teóricos das materialidades (KITTLER, 1990; GUMBRECHT, 2002; FELINTO; ANDRADE, 2005) o termo *medium* não é sinônimo de mídia como instituição, regida por lógica particular, fruto de uma conjuntura histórico-social e técnica. O termo designa uma materialidade mais primitiva, que é uma das condições de emergência dos sentidos e objetos[4] – o plano da expressão, o significante dotado de sua materialidade específica. Por isso, seus procedimentos metodológicos para apreender a experiência aproximam-se de uma espécie de imersão fenomenológica nas práticas dos sujeitos, nos variados processos de interação que participam.

Essa imersão foi levada a cabo pelo filósofo e cientista da mídia Friedrich Kittler,[5] cujas teses foram construídas a partir de uma crítica: qualquer tipo de análise que não tematize a medialidade da sua própria prática, acaba por negligenciar as condições necessárias de sua própria emergência. Enfrentando, então, esse problema, Kittler (1990) passa a questionar os sistemas de notação (*Aufschreibesysteme*) predominantes em dois diferentes contextos europeus e o modo como eles possibilitaram a emergência de conteúdos, práticas e posicionamentos – batizados, simplesmente, como 1800 e 1900. Penso que o filósofo estava, ao seu modo, identificando as principais mediações que atuavam na Europa em momentos distintos. Sua análise mais famosa é sobre a relação entre o pensamento nietzscheano

---

4 John Hartley (2007, p. 142), no âmbito dos Estudos Culturais, sugere que o termo *medium* designa "qualquer material através do qual algo possa ser transmitido. Artistas usam medum (um líquido transparente que transmite pigmentos) na pintura" e só pela força do uso na expressão *mass media* tornou-se sinônimo de mídia.

5 Kittler estudou filosofia, germanística e romanística em Freiburg-in-Breisgau, onde se doutorou e ensinou até meados da década de 1970, quando se transferiu para Bochum e, mais tarde, para Berlin. O filósofo morreu em outubro de 2011.

e sua máquina de escrever, para Kittler (1990, p. 193, tradução nossa), elemento fundamental na construção da forma de Nietzsche filosofar.

> Nietzsche, que mesmo quando garoto de escola sonhava com uma máquina que transcreveria seus pensamentos, sabia melhor que seu biógrafo Kurt Paul Janz, que com simulada franqueza (e provavelmente por respeito aos fabricantes de munições e compradores de patentes de máquinas de escrever, como a Remington) negou aos dinamarqueses (os quais ele chamava Hansun) qualquer crédito pela invenção. A escolha de Nietzsche, pelo contrário, certamente meio cega, foi por uma máquina cujo teclado arredondo pudesse ser usado 'exclusivamente por meio do sentido do tato', porque 'na superfície de uma esfera cada ponto é projetado com certeza completa pela sua posição espacial'.[6]

Embora o exemplo de Kittler pareça bastante afastado do que se supõe ser a preocupação de Martín-Barbero, é possível, a partir da inflexão proposta, desenvolver estudos sobre a materialidade da experiência de uma forma sistemática. Os passos para o desenvolvimento se encontram nos escritos do próprio Kittler. Interessa-me resgatar operadores de análise para a descrição fenomenológica das práticas de uso social dos meios.

São três operações fundamentais: em primeiro lugar, uma operação de descrição dos aparatos que possibilitam o armazenamento, transmissão e reprodução de certos objetos/conteúdos. O foco, como se pode ver, é a prática e não os conteúdos, uma vez que estes são possíveis graças às estruturas materiais, que são anteriores ao sentido. A máquina de escrever, que possibilita deslocar a escritura da caligrafia do escritor, por exemplo. Em segundo lugar, uma operação de identificação dos "ruídos"

6 Nietzsche, who even as a school boy dreamed of a machine that would transcribe his thoughts, knew better than his biographer Kurt Paul Janz, who with feigned outspokenness (and probably out of respect for fabricators of munitions and buyers of typewriter patents like the Remingtons) flatly denied the Dane (whom he calls Hansun) any credit for the invention. Nietzsche's choice, by contrast, as half-blind as it was certain, picked out a machine whose rounded keyboard could be used 'exclusively through the sense of touch', because 'on the surface of a sphere each spot is designed with complete certainty by its spatial position'.

trazidos pela medialidade daquela prática, efeitos trazidos pelas características físicas dos *media*, que podem impor à prática certo padrão, um elemento da experiência, como os borrões de tintas oriundas das fitas dessas máquinas de escrever. Por fim, é necessário observar e descrever o corpo como o âmbito de convergência das práticas culturais, também como um *medium*, conformado e reformado pelo sistema de notação no qual está inserido. O próprio corpo que datilografa se adapta a essa nova configuração técnica.

É interessante perceber o que Kittler está efetivamente demonstrando ao descrever incidência da máquina de escrever no pensamento nietzscheano: trata-se do processo de transição de uma forma de interação dominante para outra. À medida que a máquina de datilografar se institui como objeto da interação, outro tipo de competência é requisitado e há transformação na experiência. O que está em jogo é o novo processo de midiatização emergente no início do século XIX, não apenas a atenção às diferentes mediações como também às materialidades que atuam naquela interação.

Seguindo essas orientações, Martin Stingelin (1994) analisa, a partir das correspondências de Nietzsche, encontradas na seção de manuscritos da Biblioteca da Universidade da Basiléia, traços da sua insatisfação com sua caligrafia e os efeitos que a máquina de datilografar modelo Malling Hansen teve na sua produção.[7] É interessante notar como sua descrição mantém um foco em peculiaridades aparentemente negligenciáveis numa perspectiva mais tradicional, mas que, a fim de dar conta da materialidade da experiência, segue a proposição de lidar com aquelas três operações descritas por Kittler.

> A caligrafia de Nietzsche era ruim porque sua visão o forçou a manter a cabeça muito próxima do papel durante a atividade de leitura e escrita. (FUCHS, 1978, p. 633) Estas circunstâncias tiveram efeito muito cedo sobre seu trabalho. Em 25 de

7 Modelo portátil, que pesava pouco menos de três quilos.

> maio de 1895, ele escreveu para Carl von Gersdorff: 'Por favor, desculpe minha escrita horrível e meu descontentamento com ela. Você sabe o quanto eu me chateio por causa dela e como não posso, então, pensar em mais nada'.[8] (STINGELIN, 1994, p. 73, tradução nossa)

Posteriormente, Stingelin (1994, p. 73, tradução nossa) demonstra a satisfação de Nietzsche com a possibilidade de imprimir seu pensamento no papel, de modo que isso facilitava sua leitura e, necessariamente, seu próprio pensamento.

> A esfera datilográfica de Malling Hansen deveria tornar possível 'escrever, ou melhor, imprimir com velocidade de estenografia e ainda no alfabeto normal na noite mais escura, navegando sobre as ondas do oceano, dirigindo na estrada, ou deitado na cama' [...]. Esta era a ferramenta ideal para Nietzsche, que escreveu para Franz Overbeck em 13 de julho de 1881: 'Oh, a barbárie da minha caligrafia, que ninguém mais pode ler, nem mesmo eu! (Por que eu permito que os meus pensamentos sejam impressos? Para que eu possa lê-los)'.[9]

Essa descrição atenta ao modo como a ação prática se desenvolve é importante de ser destacada. Como condição de possibilidade dos processos de produção de sentido, a materialidade traz consigo tanto a pressuposição quanto a indução de uma habilidade, uma competência específica que não se trata de mera ação psicológica, mas de uma conduta que se desenvolve nas interações. Torna-se perceptível, desse modo, a forma como

8 Nietzsche's handwriting was poor because his eyesight forced him to hold his head very near the paper while reading and writing (see Fuchs 1978: 633). These circumstances very early on had effect on his work. On May 25, 1895, he wrote to Carl von Gersdorff: "Please excuse my hideous writing and my discontent with it. You know how much I upset myself over it and how I can then think of nothing else" [...].

9 The Malling Hansen typeball was supposed to make it possible 'to write, or rather to print, with stenographic speed and still in the normal alphabet, in the darkest night, tossed on ocean waves, driving over a cordoury road, or lying in bed' (Martin, 1949: 461). This was the ideal tool for Nietzsche, who wrote to Franz Overbeck on July 13, 1881: 'Oh the barbarity of my handwriting that no one can read me anymore, not even myself! (Why do I allow my thoughts to be printed? So that I can read them) [...].

determinada técnica, na relação com um sujeito, pode instituir um uso social – que é, atualmente, um uso mais que cotidiano.

Por meio dos avisos fornecidos tanto pelos objetos expressivos predecessores quanto pelo contexto de surgimento desenvolvem-se formas de verificar como os usos foram instituídos, em resposta a quais questões e com quais características. Um passo decisivo para apreender materialmente a experiência.

MATERIALIDADES DA EXPERIÊNCIA

A questão da materialidade da experiência também é enfrentada por Gumbrecht (2002). Fundamentado na sociologia da comunicação de inspiração em Alfred Schütz e Niklas Luhmann e na semiótica de Louis Troille Hjelmslev, Gumbrecht apresenta as chaves metodológicas para encarar o problema da materialidade. De Schütz e Luhmann, o autor vai explorar as relações que se estabelecem entre as estruturas sociais, ações sociais e atos comunicativos, sobretudo, a formulação de que para entender os fenômenos estéticos seria necessário reconstruir as possíveis funções para a ação do público.

Dito de outro modo, como ações sociais são todas as atitudes que tomam como pressuposto o conhecimento do outro, os métodos de análise precisam "reconstruir os esquemas de ação e de experiência de seus produtores e receptores". (GUMBRECHT, 2002, p. 182) O que o autor reivindica, então, é um maior esforço descritivo das práticas acionadas em suas respectivas situações de emergência, a fim de dotar essas práticas das singularidades que lhes caracterizam.

De Hjelmslev é a proposição da segunda distinção no âmbito da definição do signo, posterior àquela entre expressão e conteúdo, que é significativa: a distinção entre forma e substância. Obtém-se, assim, uma entidade de quatro faces: forma da expressão, substância da expressão, forma do conteúdo e substância do conteúdo.

O estrato da substância da expressão corresponde ao estrato do elemento ainda não formado, anterior a qualquer estruturação, como a luz

ou o som. O estrato da forma da expressão corresponde ao das regras paradigmáticas e sintáticas, que intervém para a manifestação daquela expressão, como os espectros de luz ou os timbres sonoros. O estrato da substância do conteúdo corresponde ao dos elementos nocionais ou afetivos que caracterizam aquele conteúdo, como o poder, o prazer ou o dever. Por fim, o estrato da forma do conteúdo corresponde ao das organizações formais no nível semântico, como as regras da música tonal.

Para o argumento de Gumbrecht, as consequências mais importantes do diálogo com esses autores consistem em: a) apresentar de quais modos as práticas podem ser usadas para revelar padrões de experiência em desenvolvimento, e; b) tematizar as diferentes faces do signo sem, necessariamente, falar do processo de interpretação. Esse movimento metodológico proporciona uma inflexão de caráter "material" na teoria do uso social dos meios, permitindo incorporar dados sobre aqueles efeitos sensíveis a que referia Benjamin e que foram reivindicados pelo próprio Martín-Barbero.

Para nossa discussão metodológica, importa retomar três tipos de contribuição originárias das reflexões sobre a materialidade para pensar os processos de midiatização. Primeiro, a preocupação com o âmbito relacional dos processos de uso social dos meios. Essa relação é histórica e implica um sujeito que está inscrito numa temporalidade e espacialidade características. Importa também retomar o procedimento de reconstrução de um horizonte de expectativas e relacioná-lo com o espaço de experiências imediatamente disponível naquele contexto. Finalmente, importa destacar as diferentes mediações que atuam nos períodos históricos, como a oralidade e a corporalidade chamadas em causa em diversas práticas culturais contemporâneas.

O segundo conjunto de contribuições se evidencia a partir do resgate da necessária articulação entre a teoria do sensível e a sociologia da comunicação, mediante a explicação das funções que o poético desempenha para o público. Esse resgate é o que garante a interdefinição entre

os padrões dos gêneros culturais e as singularidades da experiência. Interessa também explorar o estrato das formas da expressão do signo, a fim de compreender como as materialidades do significante instituem certo regime na relação.

Terceiro, o trânsito pelo uso social instituído na relação entre o gênero cultural, a experiência e os sujeitos, de modo a evidenciar as apropriações não conceitualmente determinadas que possibilitam a ampliação/redução dos gêneros culturais a partir da instituição de outras competências pragmático-performativas.

Daí a necessidade de articular a reflexão sobre as mediações, desde suas dimensões constitutivas mais amplas (como as mediações simbólicas) passando pelas mediações sociais (discutidas por Martín-Barbero) até as características dos diferentes *media* (ambientes dotados de materialidades específicas, no sentido que lhes atribui Kittler e Gumbrecht), aos aspectos singulares que emergem na experiência. Pela amplitude contextual e força explicativa dessa articulação, compreendo que ela é importante referência para fundamentar os desenvolvimentos metodológicos da teoria das mediações.

Como consequência das modificações que as mediações e suas diferentes materialidades instituem na experiência observa-se, metodologicamente, o que pontua Braga (2010, p. 77):

> a reflexão sugere que a nossa preocupação se organizaria a partir dos processos interacionais, para aí encontrar as possibilidades e os desafios colocados pela estética. Não estritamente nos produtos mediáticos – ainda que sejam inevitavelmente referidos e analisados, a ênfase na experiência sugere que não deveriam ser o foco exclusivo das perguntas e da observação. Mesmo ao observar 'produtos', estaríamos voltados, através do seu exame, para as questões de circulação em que podem ser envolvidos.

Efetivamente, para apreender materialmente usos sociais dos meios e processos de midiatização, é preciso contrapor a experiência com o objeto

de análise em questão ao gênero cultural no qual ele está inserido e do qual ele pode se destacar (explicitado pelas irrupções de singularidade que podem ocorrer), de modo a compreender e explicar quais as condições situacionais satisfeitas para a emergência daquele uso social ou daquele processo de midiatização. Para promover essa contraposição é necessária uma forte inspiração pragmática no modelo explicativo, de modo a conceder valor heurístico à análise. Isso significa que o estudo ocorre, necessariamente, amparado na contraposição entre o que pode ser acessado, previsível e convencional, que é oferecido pela tradição, e o que surge inesperadamente, do modo como o encontro entre sujeitos e os meios se manifesta na experiência.

PROPOSIÇÕES FINAIS

Em virtude do enfoque concedido aos aspectos materiais, tanto das mediações quanto da experiência, é necessário fazer referência a aspectos muito específicos das práticas e processos analisados. Algumas vezes, são características primitivas do *medium,* outras vezes das mediações sociais. Essas distinções, entretanto, são decisivas para o pesquisador operar de forma mais segura com os fenômenos com que trabalha, passando pelo processo de midiatização até alcançar as materialidades mediáticas das interações. Não se trata de um modelo investigativo de "círculos concêntricos", isto é, um *medium* que está envolvido por mediações sociais que, por sua vez, está envolvida em mediações simbólicas mais amplas.

Trata-se, na verdade, do estudo de processos interacionais que, na maioria das vezes, se sobredeterminam. O próprio *medium* está, nesse sentido, atravessado por diversas mediações sociais e simbólicas, ao mesmo tempo em que institui e impõe certos constrangimentos às mediações sociais. Isso significa que também as mediações sociais são dotadas de materialidades e que é necessário pensá-las sem perder essas condições materiais do horizonte investigativo. Desse modo, é possível sustentar

que, sob certos aspectos, as singularidades da experiência reorganizam as mediações sociais e simbólicas.

REFERÊNCIAS

BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta sua mídia*: dispositivos sociais de crítica de mídia. São Paulo: Paulus, 2006.

______. Experiência estética e mediatização. In: LEAL, Bruno et al. *Entre o sensível e o comunicacional*. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2010.

CARDOSO FILHO, Jorge. As materialidades da canção midiática: contribuições metodológicas. *Revista Fronteiras*, v. 11, p. 80-88, 2009. Disponível em: <http://www.fronteiras.unisinos.br/index.php?e=2&s=9&a=68>

______. A incidência dos conceitos de mediações e experiência no estudo da música popular massiva. In: PRIMO, Alex et al. (Org.). *Comunicação e interações*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008. p. 131-146.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Cultural Studies: A Latin American Narrative. *Media, Culture & Society*, v. 23, n. 6, p. 869-881, 2001.

______. Quando a recepção já não alcança: por uma revisão no objeto e no método. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 17., 2008. São Paulo. *Anais*... São Paulo: UNIP, 2008. Disponível em: <http://www.compos.org.br/>. Acesso em: 23 set. 2010.

FELINTO, Erick; ANDRADE, Vinícius. A vida dos objetos: um diálogo com o pensamento da materialidade da comunicação. *Contemporânea*, v. 3, n. 1, p. 75-94, 2005.

GOMES, Itania. *Efeito e recepção*: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

______. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martin-Barbero. *Revista FAMECOS*, v. 18, n. 1, p. 111-130, 2011.

GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno. Experiência mediada e experiência estética. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 16., 2007. Curitiba. *Anais*... Curitiba: Universidade Tuiuti do Paraná, 2007. Disponível em: <http://www.compos.org.br/>. Acesso em: 20 set. 2007.

GUMBRECHT, Hans-Ulrich. *Production of Presence* – what meaning cannot convey. Stanford: Stanford University Press, 2004.

______. Sobre os interesses cognitivos, terminologia básica e métodos de uma ciência da literatura fundada na teoria da ação. In: COSTA LIMA, Luiz (Org.). *A literatura e o leitor*: textos de estética da recepção. 2 ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002. p. 173-196.

HARTLEY, John. *Communication, Cultural and Media Studies*: the key concepts. 3rd ed. London: Routledge, 2007.

JACKS, Nilda. Martín-Barbero por ele mesmo e outras considerações. *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 23, n. 2, p. 173-182, 2000.

KITTLER, Friedrich. *Discourse networks 1800/1900*. Stanford: Stanford University Press, 1990.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. *Os exercícios do ver*: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. São Paulo: SENAC, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*: comunicação, cultura e hegemonia. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 2001.

______. *Ofício de cartógrafo*: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

OROFINO, Isabel. Crianças, recepção e imaginários do consumo. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 20., 2011. Porto Alegre. *Anais*... Porto Alegre: FABICO-UFRGS, 2011. Disponível em: <http://www.compos.org.br/>. Acesso em: 30 nov. 2011.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Comunicação social e mudança tecnológica: um cenário de múltiplos desordenamentos. In: MORAES, Dênis (Org.). *Sociedade midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p. 81-98.

RONSINI, Veneza. As relações entre mídia e receptores sob a ótica das mediações. In: PRIMO et al. (Org.). *Comunicação e interações*. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008. p. 16-21.

______. A perspectiva das mediações de Jesus Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica). In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 19., 2010. Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2010. Disponível em: <http://www.compos.org.br/> Acesso em: 13 out. 2011.

STINGELIN, Martin. Comments on a Ball: Nietzsche's play on the typewriter. In: GUMBRECHT, H.; PFEIFFER, K. (Ed.). *Materialities of Communication*. Stanford: Stanford University Press, 1994. p. 70-82.

PERCURSOS INVESTIGATIVOS

Romarias, marchas e tecnologias

as mediações e a midiatização da questão agrária contemporânea

JOEL FELIPE GUINDANI
VALDIR JOSE MORIGI

INTRODUÇÃO

Analisar e problematizar os processos de mediação e midiatização são pré-requisitos para a compreensão da questão agrária contemporânea. No entanto, a obviedade da expansão das tecnologias de comunicação e sua apropriação possibilitam novas manifestações comunicacionais da cultura atual e reclamam por uma reflexão mais relacional e contextual do que as abordagens tradicionais e fragmentárias. Embora a tendência de algumas teorizações ou mesmo pesquisas em Comunicação seja pautada por reduções ou diferenciações dos acontecimentos sociais, este artigo objetiva refletir sobre a questão agrária a partir de aportes teóricos de diversos autores, os quais pensam a mediação e a "midiatização social" de uma perspectiva complexa e multidisciplinar.

Partimos do pressuposto que, independente da oposição entre os dois conceitos – mediação ou midiatização – ou da transversalidade entre eles, faz-se necessária uma reflexão crítica que possibilite a compreensão das vozes dos sujeitos e de suas práticas comunicacionais, as quais demonstram o modo complexo e processual das práticas comunicacionais e midiáticas

contemporâneas. Ou seja, a complexidade é evocada para relativizar o viés tecnicista, como aquelas abordagens que desconsideram as relações dos sujeitos com as tecnologias comunicacionais e sua afetação na experiência humana. Apropriamo-nos da noção mediação – como algo capaz de afetar de algum modo a forma como representamos o mundo – e da midiatização social não apenas enquanto ação social resultante do contato com alguma tecnologia, mas como uma ambiência comunicacional produtora de sentido, que estimula, provoca e, em alguns momentos, impõe o ritmo das ações coletivas dos que lutam pela questão agrária.

Este artigo, antes de ser, unicamente, uma observação, defesa ou crítica do determinismo midiático (tecnológico) sobre a totalidade das ações sociais, procura refletir sobre os entrelaçamentos midiáticos e comunicacionais a partir das vozes dos sujeitos, os quais nos desvendam que o fenômeno mediação/midiatização é um processo amplo, permeado por disputas ideológicas, que alteram referências históricas até então tradicionais e estáveis, mas que também potencializam experiências de visibilidade aos projetos políticos e ideológicos. Nesse contexto, de centralidade dos processos comunicacionais e midiáticos, buscamos: refletir sobre as estratégias comunicacionais e midiáticas utilizadas historicamente por lideranças do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e a necessidade de discussão, de visibilidade ou de agendamento da questão agrária a partir dos depoimentos de lideranças nacionais e de agricultores assentados. Além disso, refletimos sobre como os processos de mediação e de midiatização social constituem ou afetam as novas formas de mobilização coletiva do MST em torno da questão agrária.

Os depoimentos que serviram de base para esta reflexão são resultados de uma pesquisa participante[1] realizada durante o primeiro e início

1 A pesquisa participante, segundo Peruzzo (2004, p. 12), requer: "[...] a presença constante do observador no ambiente investigado, para que ele possa 'ver as coisa de dentro'; o compartilhamento, pelo investigador, das atividades do grupo ou do contexto que está sendo estudado de modo consistente e sistematizado – ou seja, ele se envolve nas atividades [...]; além de covivenciar interesses e fatos; a necessidade de o pesquisador 'assumir o papel do outro' para poder atingir o sentido de suas ações".

do segundo semestre de 2011 em assentamentos rurais de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. O material coletado – a partir de entrevistas abertas com quatro agricultores assentados e cinco lideranças nacionais do MST – possibilitou analisar como os processos de mediação e de midiatização social inserem-se conjuntamente na produção e apropriações de informações e de outras práticas comunicacionais. De acordo com os militantes, tais processos são cruciais para a formação da opinião, da participação e da deliberação política, sobretudo, nos enfrentamentos e debates políticos sobre a questão agrária contemporânea.

MEDIAÇÃO E MIDIATIZAÇÃO SOCIAL: SENTIDOS EM DISPUTA E EM CONSTRUÇÃO

São íntimas as relações entre mediação e midiatização. Na perspectiva apontada por D'Avila (2001), a mediação é um momento de construção de significados que se realiza a partir das interações sociais que se estabelecem no interior de um contexto sócio-histórico e cultural. Este serve de pano de fundo para o estabelecimento das tramas multifacetadas entre a cultura e a comunicação. Conforme salienta Marcondes Filho (1997, p. 266): "[...] toda a relação do homem com seu mundo se dá por mediação, ocorra ela no plano abstrato-intelectivo ou material concreto dos instrumentos criados [...], veículo, através do qual o homem se vincula ao mundo, apropriando-o ou manipulando-o." Como lembra D'Avila (2001, p. 45): "[...] mediar não significa tão somente efetuar uma passagem, mas intervir no outro pólo, transformando o sentido da intervenção sob inúmeras formas, desde as modalidades mais amplas – como a mediação sociopolítica." Por esse caminho, a midiatização social pode ser entendida como uma modalidade de mediação social, singularizada pela centralidade tecnológica das práticas e mobilizações sociais.

Aproximando-se desta perspectiva, o conceito de midiatização é compreendido e delimitado por muitos investigadores como o resultado da generalizada presença e uso de tecnologias na sociedade (SCOTT, 2005)

ou como o fenômeno da autonomização do campo das mídias. (RODRIGUES, 1999) Em outras abordagens, o fenômeno da midiatização "[...] responsabiliza-se cada vez mais por todas as mediações sociais; é ela (a mídia) que regula a relação indivíduo com o mundo e com seus pares". (PAIVA, 2005, p. 16) Entretanto, adotar a mídia como a única referência ou mediação para as diversas ações sociais poderá simplificar a perspectiva aqui defendida: a midiatização social configura um novo ethos em processo complexo de midiatização, que se caracteriza pela articulação dos meios de comunicação e informação com as demais instâncias mediadoras da vida social. Ou seja, este fenômeno é parte de uma atmosfera afetiva mais ampla (emoções, sentimentos, atitudes) em que se movimenta uma determinada construção social. (SODRE, 2006) Conforme o autor, o conceito do bios midiático: "[...] é a configuração comunicativa da virtualização generalizada da existência, [...] capaz de afetar as percepções e as representações correntes da vida social, inclusive de neutralizar as tensões do vínculo comunitário". (SODRÉ, 2007, p. 21)

Portanto, condicionar a noção de midiatização social à exclusividade tecnológica, parece-nos arriscado, pois haveria nesta visada uma demasiada relativização das diversas mediações decorrentes da própria criatividade humana, em seus distintos momentos, além de desconsiderar outras práticas sociais e formas históricas de mobilização igualmente importantes. (FESTA, 1986)

Assim, apresentamos e problematizamos a midiatização social como um fenômeno, tanto epistemológico, quanto social, em formação; (BRAGA, 2006) que se encontra entranhado com as demais práticas comunicacionais não apenas midiáticas e como um conceito "[...] em meio aos resquícios dos conhecimentos fundadores das teorias de comunicação e naqueles que não estão reunidos nas fronteiras clássicas destes estudos". (FAUSTO NETO, 2006, p. 1) Esses autores abordam a problemática da midiatização como uma esfera mais complexa, processual e resultante das negociações entre tecnologias e outras formas de práticas sociocomunica-

cionais. Discordando de uma posição tecnocentrista, Fausto Neto (2008) afirma que as afetações da midiatização são distintas e se mesclam com outras práticas sociais.

Para Eliseo Verón (1997, p. 9), a midiatização opera sob múltiplas lógicas, não podendo ser identificada uniformemente ou de modo isolado no mundo das ações e práticas institucionais, tecnológicas ou individuais. Segundo este autor, a midiatização se efetiva a partir de "[...] diversos mecanismos, segundo os setores da prática social, produzindo distintas consequências". Essa questão, para Pedro Gilberto Gomes (2008), conduze-nos a um inevitável e irreversível processo de midiatização das práticas institucionais e sociais, o que tem nos impulsionado para uma ambiência, ou para um novo modo de ser e de atuar politicamente no mundo. (GOMES, 2006)

Jesús Martín-Barbero (2005), mesmo não empregando o conceito em discussão, atribui às técnicas comunicacionais a capacidade de gerar sentido social e uma função mais ativa e não apenas representacional ou mediadora dos demais campos sociais. Também nos alerta sobre a necessidade de romper com a concepção puramente instrumental e passiva das técnicas de comunicação. A apropriação tecnológica, como os sentidos decorrentes dessa apropriação, constitui novas fontes de conhecimento para a construção da realidade, a qual passa a reconfigurar as identidades culturais, as relações locais, como o próprio modo de reivindicar dos sujeitos e coletivos sociais.

Como um conceito complexo e fenomenologicamente em construção, o processo de midiatização social não pode ser apenas compreendido a partir da incidência irrestrita de tecnologias de informação e comunicação. Quer dizer, a midiatização social

> [...] fundamenta-se em relações interdependentes – e ecológicas – entre tecnologias, as novas formas de conhecimento científico, os saberes tradicionais da cultura, as formações imaginárias do mundo da vida, e a apropriação e reconstrução subjetiva que realizam os indivíduos e as comunidades nas suas práticas cotidianas. (VIZER, 2008, p. 33)

Destacamos que as propriedades atuantes da midiatização, como também a problemática decorrente de sua afetação, como lembra Bourdieu (1998, p. 138), são "[...] princípios de construção do espaço social, constituída e estruturante de diferentes espécies de poder ou de capital que ocorrem nos campos em observação". Nessa concepção, a midiatização social relaciona-se com a diversidade de apropriações e ressignificações realizadas pelos sujeitos, na disputa ou na complementação com outras mediações históricas, as quais, segundo Martín-Barbero (2003), são fundamentais para a compreensão de qualquer natureza comunicativa. Nesse caso, a prática comunicacional e midiática é encarada como um processo cultural mais amplo e produtor de significações, e não apenas como um mero espaço onde circulam informações e sentidos midiaticamente determinados, "[...] no qual o receptor, portanto, não é um simples decodificador daquilo que o emissor depositou na mensagem, mas também um produtor". (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 299) A circulação de sentido resulta, assim, de um fluxo recursivo entre os processos de mediação e de midiatização social, que reconfigura e orienta os espaços de consumo e de apropriação comunicacional, sejam eles midiáticos ou não.

Tal fenômeno, para Manuel Castells (2009, p. 51, tradução nossa), faz da disputa pelo poder, ou das diversas possibilidades de enfretamentos sociais, uma prática pleiteada cada vez mais no espaço comunicacional:

> O atual processo de globalização tem sua origem em fatores econômicos, políticos e culturais, no entanto, as forças que impulsionaram a globalização só puderam se desencadear por que tinham a sua disposição a capacidade de conexão em rede global que proporcionam as tecnologias digitais de comunicação e os sistemas de informação.

Quer dizer, para Castells (2009), o poder tem uma base cada vez mais comunicacional, estabelecendo, assim, uma circularidade dos demais campos sociais. No entanto, o autor não delega ao campo da comunicação midiática todo o poder sobre o rumo e o desfecho dos fatos. Há centralidade

comunicacional, mas não obrigação sistêmica ou hierárquica dos fatos sociais em relação às tecnologias de informação e comunicação. Pois, a relação poder-comunicação também "[...] pressupõe um modo de vida político que tem por fundamento a discussão pública" (ESTEVES, 2003, p. 123), a qual é protagonizada na "[...] progressiva intersecção com formas de vida tradicionais". (SODRÉ, 2002, p. 238)

Assim, não apenas enquanto ação midiática ou tecnológica, os processos comunicacionais estabelecem uma relação íntima com o funcionamento da questão agrária ou, em outras palavras, cria-se um novo ambiente-rede que potencializa a capacidade das pessoas de ocupar, resistir, produzir e de exercer a cidadania. Como aponta Vizer (2008), nessa realidade sociocomunicacional a reprodução social, política e econômica também se dinamizam a partir dos enfrentamentos políticos, que se travam no espaço público, cada vez mais constituído pela lógica da ação programada – como as marchas e romarias – e da visibilidade midiática.

Adiante, daremos centralidade à reflexão sobre os processos de midiatização social – na relação com as demais ações sociais e problematizada a partir das práticas comunicativas expressas – através do discurso político de algumas lideranças do MST; na circulação da informação e na capacidade de visibilidade, de debate (interpessoal e comunitário) e de mobilização que esses espaços podem gerar ou possibilitar. É nesse caminho que o presente artigo problematiza a questão agrária articulada ou associada aos processos mediação e de midiatização social, sejam eles midiáticos, interpessoais ou comunitários, conflituosos ou cooperativos.

A MIDIATIZAÇÃO SOCIAL A PARTIR DA CIRCULAÇÃO INFORMACIONAL E DAS ESTRATÉGIAS COMUNICACIONAIS DO MST

Reconhecemos a luta histórica pela terra no Brasil como um processo complexo, marcado por uma série de tensões, de conflitos e de enfrentamentos. Neste contexto, o MST figura como o maior movimento social popular organizado do Brasil e, possivelmente, o maior da América Latina

(CARTER, 2010), tornando-se assim um indispensável ator social a ser investigado para sabermos como são produzidas e apropriadas as estratégias midiáticas e comunicacionais por suas lideranças, nas suas ações políticas e outras atividades que mobilizam o grupo na causa da questão agrária contemporânea.[2]

A contenda agrária é milenar e de modo sintético condiz com um

> [...] amplo, imediato e drástico movimento de redistribuição de direitos sobre a propriedade privada da terra agrícola, promovido pelo governo, com a participação dos camponeses, objetivando sua promoção humana, social, econômica e política.[3] (SILVA, 1971, p. 37)

A reforma agrária reagrupa trabalhadores do campo e da cidade, na perspectiva de transformações sociais, sobretudo no enfrentamento com as novas reconfigurações do capitalismo neoliberal e, mesmo se apresentando como um problema exclusivamente econômico e político, incorpora e se atualiza a partir das novas relações, estruturas e cenários de poder, conforme o seu contexto ou a sua época.[4] Para Görgen (2004) a questão agrária do século XXI não significa apenas a distribuição de terra e a produção econômica sobre ela. Da mesma forma, a sua compreensão não pode desconsiderar as diferentes áreas de estruturação, de ação e de reprodução social, como as da educação, da saúde, da política e a da cultura, dentre outras. Para tanto: "[...] existem diversas formas para analisar e estudar a questão agrária, no geral e, no Brasil, em particular". (STÉDILE, 2005, p. 9)

---

2 O MST não possui uma data ou momento específico que defina sua origem. Para Stédile e Fernandes (1999), a origem do MST é resultante de vários locais e a sua história é composta pela soma de um conjunto de acontecimentos e fatores desenvolvidos a partir de 1978, especialmente após a expulsão dos colonos que viviam na reserva indígena dos Kaingangs, no município de Nonoai, norte gaúcho.

3 Sobre a questão agrária, ver mais em Stédile (2005).

4 Estudos atualizados sobre a questão são realizados pelo Núcleo de Estudos, Pesquisa e Projetos de Reforma Agrária (NERA), da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Mais informações em: http://www4.fct.unesp.br/nera/index.php . Acesso em: 03 out. 2011.

A partir dessas considerações, a sociedade brasileira, constituída por diversos embates agrários, sejam eles de classe, étnicos e raciais (FREYRE, 2006), tem uma marca singular: a ocupação do espaço público por atores cada vez mais diversos, que reivindicam – através de inúmeras práticas contestatórias – direitos plurais, os quais impõem variadas demandas ao Estado e ao mercado.

No caso investigado, percebe-se, ainda, que os enfretamentos pela reforma agrária se efetivam como uma ação coletiva de atores heterogêneos, oriundos de diversos processos de exclusão social, composta por peões, meeiros assalariados, pequenos agricultores expropriados por grileiros e por grandes proprietários, ribeirinhos expulsos por hidrelétricas e agricultores atingidos por barragens, jovens desempregados ou idosos eliminados do sistema fabril, dentre outros. Assim, a luta pela reforma agrária se configura como "[...] um sistema multipolar de ação que combina diferentes orientações, envolve múltiplos atores que negociam e renegociam constantemente a sua ação". (MELUCCI, 1989, p. 40) São sujeitos que, mesmo lutando por uma causa comum – a reforma agrária –, articulam saberes enraizados nas práticas culturais que mobilizam a rede de socialidade a partir da qual a ação comunicativa e midiática cada vez mais orienta e afeta o conjunto de valores e significados que compõe e estruturam o campo simbólico.

Neste campo de disputas e negociações simbólicas, a midiatização do social – se limitada à ação tecnológica, encontra certa correspondência, mas, sobretudo, incompletudes para se firmar como a única referência das ações sociais e coletivas do caso analisado. Isto por que, por um lado, "[...] a historicidade do social é mais profunda do que aquilo que nossos instrumentos teóricos permitem pensar e nossas estratégias políticas permitem encaminhar". (LACLAU, 1981 p. 59) Por outro, há uma complexidade ativada por diversas práticas sociais, seja por sujeitos ou por instituições, através das tradições enraizadas nos modos de vida, na memória, no imaginário social, ou a partir dos pertencimentos religiosos e culturais,

das disputas e das relações de poder estruturadas historicamente, sobretudo anteriores aos processos tecnológicos de comunicação.

Para os militantes entrevistados, é consenso que a constituição do MST é resultante das condições políticas e econômicas, mas, sobretudo, das marchas, romarias e demais mobilizações públicas. No dia 25 de julho de 1981, dia do trabalhador rural, mais de 30 mil pessoas, provindas de diversos Estados, reuniram-se no acampamento "Encruzilhada Natalino" e, para Alceu,[5] "[...] foi neste grande evento que o MST começou a crescer como um movimento nacional [...]. A mídia burguesa ficou de olho, porque sabia da nossa organização com a Igreja e com o povo".

A mediação dos sentidos da luta pela terra manifestava-se através dos pronunciamentos públicos, panfletos, cartazes, faixas, bandeiras, canções, palavras de ordem e em outras formas de comunicação, as quais embalavam, davam o tom e o ritmo às primeiras marchas, que, para Adelar, militante desde a fundação do MST, eram popularmente chamadas de "romarias": "[...] a nossa primeira forma de chamar a atenção eram as marchas. Mas a gente fazia a romaria, por que isso é da história da igreja, que estava com a gente desde o início." As romarias, modo de mobilização mais comum na década de 1990, desempenharam um duplo papel ou forma de mediação cultural: de manifestação religiosa e profética, como de contestação e de enfrentamento político, pois ao mesmo tempo sustentavam e garantiam a força integradora interna, através das orações, celebrações e cantigas e que se articulavam com a necessidade de negociação com os diversos poderes e esferas do Estado e da sociedade civil.

Nas romarias, as práticas comunicacionais – mediadas sob forma da oralidade, no grito das palavras de ordem, nas rezas e nos cantos entoados que ecoavam das vozes vivas e enfileiradas – fortaleciam as longas e penosas caminhadas, como a própria coesão política do grupo: "[...] a questão

5 Para manter a privacidade dos informantes, daqui em diante, todos serão identificados por um codinome.

da terra sempre foi um pouco religiosa, que mexe com a fé e a emoção das pessoas e que dava ânimo pra gente seguir em frente", destaca o militante. Percebemos que a informação oral, cantada e rezada apresenta-se mais do que um signo, pois fornece os conteúdos que alimentava o substrato de onde vinha e vêm a sua força: a tradição aliada às crenças religiosas é responsável pela mediação dos sentidos que construíram as bases da ideologia transformadora, fortalecendo os projetos comunitários e coletivos do MST. Atualmente, as grandes mobilizações são chamadas de "marcha", a qual ainda incorpora o ritual, as gestualidades e a mística das romarias. Em alguns Estados, o MST participa da Romaria da Terra, evento religioso realizado pela Comissão Pastoral da Terra (CPT), por sindicatos e demais movimentos campesinos.[6]

Adelar diz não recordar sobre alguma cobertura televisiva da mídia comercial durante o principal encontro realizado em 1981, mas apenas entrevistas para rádios locais, que aos poucos foram revelando ao Brasil os rumos das conquistas e manifestações: "[...] tinha um pessoal que fazia umas filmagens, mas eram nossos companheiros [...]. As rádios falavam de nós todos os dias. Umas falavam bem e outras mal".

Imbricados às formas de visibilidade tradicionais, como as marchas e romarias, a relação do MST com os meios de comunicação comerciais sempre ocorreu sob múltiplas tensões, quer seja por esses meios expressarem a visão da classe economicamente dominante, quer pela forma descontextualizada como eram e são veiculadas as notícias sobre as suas ações. Não raro, ainda hoje, perpetuam-se visões ideologizadas sobre o MST, que dizem respeito às significações construídas pela ação hegemônica da comunicação comercial – rádio, televisão, jornal e internet –, que difundem e fazem circular informações sobre os assentados associadas

6 Strapazzon (1997) aprofunda melhor sobre a relação e a fina ruptura entre os termos "romaria e marcha". Segundo o autor, este fato se deve ao encaminhamento mais político, ideológico e laico, do que religioso ou cristão das decisões e formas de manifestação assumidas pelo MST no decorrer da história, sobretudo após o primeiro congresso nacional, realizado no mês de janeiro de 1985, na cidade de Curitiba (PR).

aos sentidos de "invasores", "depredadores" e "destruidores". Esta modalidade de midiatização social se constitui a chave hermenêutica para compreender como se constroem os sentimentos que rejeitam as ações vinculadas ao MST, dos quais derivam o temor, o horror e o ódio, que perpetuam e fortalecem o estigma da exclusão social: "[...] Eu tenho vontade de nem ter televisão em casa, porque ela sempre ataca a gente, só falando coisa negativa, que deixa a gente mais marginalizado ainda", pontua Luiz, agricultor assentado em Santa Catarina.

O processo de midiatização social é complexo e nem sempre é claro ou compreendido pelos atores sociais, sobretudo enquanto imbricações do midiático massivo e do comunicacional com as demais formas tradicionais de mediação e de mobilização. Embora a presença de sentidos midiatizados na construção da rede simbólica a respeito da questão agrária tenha relativa centralidade, para os líderes do MST entrevistados, as estratégias de comunicação são importantes, mas não se constituem o centro das suas ações: "[...] a gente investe na comunicação, mas ela não é central", enfatiza Alceu. No entanto, ao ser questionado sobre qual é a sua definição de comunicação, percebe-se que a mesma se refere aos investimentos realizados em tecnologias, como o jornal, o rádio, a revista e o site. Já os debates interpessoais e coletivos, como as demais formas de acesso ou de apropriação informacional, são compreendidos à parte, enquanto prática comunicacional atuante e indispensável.

Essa percepção nos permite analisar a questão agrária como um problema mediado por distintas práticas sociocomunicacionais e não, necessariamente, como um fenômeno resultante apenas de suportes tecnológicos e/ou midiáticos. Assim, a noção de midiatização social é ampliada aos processos comunicacionais, que se expressam através das relações intersubjetivas, interpessoais, coletivas, as quais permeiam a construção da subjetividade, seja religiosa ou cultural, que se fundamentam no campo da linguagem, da argumentação pública e da apropriação e ressignificação informacional.

Para os próprios militantes, a compreensão fragmentada da midiatização social é o problema atual enfrentado pelo MST. Para outra liderança nacional, a não compreensão de que a reforma agrária é resultante de uma ação comunicacional mais complexa – histórica, interpessoal, informacional e midiática –, impossibilita as ações coletivas mais amplas. Essa visão tem levado o MST a uma posição de contra-ataque, sobretudo quando a questão é a disputa de sentidos que se trava a partir de algum acontecimento ou fato que lhe afeta diretamente:

> *[...] a ocupação da Cutrale[7] foi uma vitória política pra nós e a grande mídia deu uma grande cobertura. Mas se formos ver a opinião da população não foi tão boa assim, porque eles assistiram uma pequena parte [...], só a gente derrubando os pés de laranja. Parece que a gente saiu ganhando e depois eles viraram o jogo [...]. Talvez, faltou de nossa parte essa comunicação mais diversificada com a sociedade para esclarecer as coisas. (Adílio, militante do MST em São Paulo)*

Nesse depoimento, observa-se que o MST considera crucial a visibilidade pública e midiática de suas ações. É através das práticas comunicacionais que se estabelece o diálogo com a sociedade e se obtém a legitimidade pública de suas estratégias, sem a qual é impossível o agendamento das reivindicações, bem como a possível deliberação por parte do Estado. Porém, percebe-se que a visibilidade ou qualificação das informações disponibilizadas ainda é refratária ao campo da mediação política: "[...] no caso da Cutrale, a gente não sabe se faltou mais formação política ou outro tipo, mais ideológica, para que o resultado daquela ação fosse melhor pra nós", destaca João, outra liderança nacional do referido movimento.

A prática comunicacional do MST é, também, marcada pela instrumentalidade tecnológica, em que a comunicação se sujeita a alguma estratégia política; operando como um espaço mediador, de resposta ou de

7 A Cutrale é a multinacional produtora de suco de laranja, que explora as terras da Fazenda Santo Henrique (vulgo Fazenda Capim) em Borebi, região de Bauru (SP), a 325 km de São Paulo (SP). A fazenda possui mais de 2,7 mil hectares e, de acordo com o MST, é explorada ilegalmente, pois área faz parte do chamado Núcleo Monções, um complexo de 30 mil hectares divididos em várias fazendas e de posse legal da União.

"salva-vidas" de algum projeto político-ideológico. Essa problemática também é levantada por Altair, outra liderança do MST, o qual defende a necessidade de maior investimento em um "projeto comunicacional", tendo em vista que a reforma agrária somente se efetiva a partir da expressão visível na esfera pública:

> *[...] nas reuniões de coordenação eu sempre levanto essa questão da comunicação para a gente conseguir as reivindicações. Tem companheiro que reclama que faltou mobilização, que foi pouca gente e tal. Mas eu questiono: mas eles foram bem informados disso? Se a gente quer fazer uma marcha ou alguma outra intervenção é preciso chegar até o povo [...], melhorar o nosso projeto de comunicação.*

Para a maioria das lideranças do MST entrevistadas, o momento atual é também de enfrentamento com as novas demandas comunicacionais. Ou, antes disso, há indícios de reconhecimento por parte dessas lideranças de que a gênese do espaço público moderno – e até mesmo de um imaginário político contemporâneo –, está cada vez mais articulado com a visibilidade das questões debatidas e com a intervenção possibilitadas pelas novas tecnologias de informação e de comunicação. Além disso, atualmente uma das características centrais dos movimentos sociais é a criação de processos midiáticos alternativos cujo fim não é apenas afetar as ações do Estado, mas de visibilizar para a sociedade o agendamento de suas pautas e visões de mundo.

Por esse caminho, a necessidade de agendamento estatal e social da questão agrária também se entrecruza com a convergência de inúmeros processos midiáticos. Para João, a estrutura midiática do MST – rádios, sites, revistas, audiovisual, jornais, boletins, dentre outros –, é parte integrante das demais frentes que conduzem as ações de luta pela terra. Um fato importante a ser destacado é a longeva experiência do Jornal Sem Terra, que em 2011 comemorou o seu 30º aniversário. Luiz, militante do MST, relatou que: "[...] o Jornal Sem Terra foi um dos instrumentos de diálogo com a sociedade e com o Estado [...]. O jornal é a nossa comunicação com Brasília, com outras instituições e com a nossa base militante".

O aprimoramento desta prática tecnológica foi – e continua sendo – indispensável para obtenção da visibilidade e legitimidade do MST no jogo de disputa com as instâncias políticas e deliberativas sobre a questão agrária.

As consideráveis conquistas que se somam no histórico de lutas do MST são, para Luiz, resultado de uma persistente combinação da pressão social e formas de comunicação e de negociação com as autoridades do Estado: "[...] o movimento cresceu muito porque sempre soube pressionar e comunicar as conquistas. Tem vezes que a coisa é mais pressão, barulho e mobilização". Não se pode desconsiderar, que o agendamento da questão agrária, segundo os militantes, é um enfrentamento permanente que se faz com o Estado, o qual também é aparelhado por grupos classistas contrários à democratização da terra, como os ruralistas e empresas multinacionais, as quais atuam no ramo da monocultura e da exploração mecanizada de recursos naturais em grande escala.

Nesse cenário, o maior problema apontado pelos militantes é o fechamento de espaços comunicativos e o controle de informações relevantes, tanto por parte do Estado, quanto pelos grupos empresariais que controlam os meios comerciais de comunicação.[8] Na mesma medida, as informações que circulam sobre o MST nesses grandes grupos de comunicação, por exemplo, dificultam a conquista do apoio de certos segmentos sociais, pois, para os militantes, a visão estereotipada do MST criada por tais grupos ergue barreiras enormes, impossibilitando o diálogo aberto, como a comunicação dos fatos à sociedade de modo histórico, e contextualizado.

Essa tensão é nutrida pelos processos de midiatização das informações enquanto prática de um sistema de códigos, de signos que alimentam lógicas e semânticas próprias criadas pelo mundo sistêmico (Estado e mercado), os quais cerceiam o acesso das demandas ou vozes oriundas da sociedade civil. Essa problemática comunicacional, discutida de modo

8 Os grupos de comunicação mais citados pelos entrevistados são: Rede Globo, Grupo Bandeirantes, Editora Abril e os jornais O Estadão e Folha de São Paulo.

amplo por Habermas (1997, p. 65), compromete não apenas as organizações sociais, mas o desenvolvimento do próprio sistema político, "[...] o qual se fecha autorreferencialmente em relação a seus ambientes circundantes." Neste aspecto, os processos de midiatização social também se atualizam e se alimentam na lógica dos "campos em confronto", temática perfeitamente elucidada por Christa Berger (1998).

A produção e o acesso à informação despontam, assim, como um locus central de disputa da questão agrária. Isto se manifesta, segundo Altair, a partir do seguinte questionamento: "[...] como fazer o debate se as informações são cada vez mais controladas pelo Estado e pelos ruralistas?". Na tentativa de responder a esse problema, o MST – valendo-se das diversas estratégias comunicacionais, entre as quais a midiática, sobretudo da internet –, também produz e faz circular informações que não encontram espaço ou acolhida nos grandes grupos de mídia.

Nesse ambiente, a produção de informação alternativa e mais horizontal modifica o cenário comunicacional e, por conseguinte, as estruturas de poder institucionalizadas pela hegemonia dos grupos comunicacionais dominantes que não propiciam o agendamento e as deliberações necessárias à reforma agrária. A importância de se travar a disputa no campo da informação é recorrente no depoimento dos militantes do MST. Para Alceu, "[...] é importante a criação de espaços alternativos de debate para divulgarmos a nossa opinião e para refletirmos sobre os problemas que a sociedade enfrenta". Torna-se, assim, indispensável uma abordagem mais detalhada sobre a centralidade mediadora que a informação ocupa na disputa entre os atores em torno da questão agrária.

A midiatização social da informação e a visibilidade da questão agrária

Como viemos discutindo, a questão agrária é um desafio político, econômico e social, composto por um conjunto complexo de leis e de interesses cada vez mais atravessado pelos fluxos das redes comunicativas e informacionais, sejam elas tecnológicas ou sociocomunicacionais. (GOMES,

2004) Isto é um indicador de que o pressuposto para a necessária reforma agrária está cada vez mais interligado ao acesso as informações confiáveis e de qualidade, as quais também se caracterizam como matéria prima para o debate público.

Wilson Gomes (2004, p. 112) ressalta que vivemos, atualmente, em "[...] sociedades de fluxo contínuo, intenso, acelerado e multidirecional de informação política". Essa teorização se expressa no depoimento de Moisés, assentado e um dos fundadores do MST: "[...] quando ocupamos as primeiras fazendas em 1982 a pior dificuldade era saber o que se passava nas negociações lá na cidade [...]. Agora já tá mais tranquilo, porque sempre tem alguém com o celular ou com um rádio por perto". A superação das tensões e dos conflitos sociais, bem como a necessidade de visibilidade pública dos mesmos, associa-se à oferta e ao maior acesso à informação qualificada. A sua crescente produção e acelerada velocidade de circulação em diversos meios e suportes que facilitam os processos de tomada de decisão.

Para Altair, agricultor assentado em Santa Catarina, considerado outra liderança do MST: "[...] se o companheiro não está bem informado, nem adianta ir debater com as autoridades durante as negociações [...]. As nossas conquistas sempre estiveram ao lado da disputa do debate [...], da informação". Conforme o militante, a disputa por informação é central nos momentos de negociação com o Estado: "[...] no mês passado, tivemos audiência com o superintendente do Incra. Nós cobramos mais clareza nas informações sobre as desapropriações que não saem do papel". Esta declaração associa-se ao fato de que a informação também se constitui como um "[...] recurso político indispensável do Estado para a condução do processo político dentro de uma certa normalidade em termos democráticos". (ESTEVES, 2003, p. 178)

Nesse sentido, as afetações decorrentes da midiatização social também poderão funcionar como dispositivos que possibilitam visibilidade, ao mesmo tempo em que ajudam a exercer a conduta ética, o controle e

a vigilância do mundo simbólico e, na mesma medida, do poder político. Ou seja,

> *[...] muitas vezes o MST está sob a mira da mídia burguesa, que para nós é um aparelho do Estado [...]. Quando ele [Estado] quer nos criminalizar, ele chama a mídia e diz o que fazer, porque, hoje em dia, a mídia está em todo o lugar, assim, todo mundo parece que está controlado por ela. (Adílio)*

Não é novidade que as bases constituintes de qualquer formação do poder estatal sempre estiveram interligadas ou dependentes de processos de produção, armazenamento e de controle da informação, os quais são utilizados para gerir ou reordenar as manifestações sociais dissonantes. Ou, em outras palavras, "[...] a vigilância – controle da informação e superintendência das atividades de determinados grupos sociais por outro – é a chave da expansão dos recursos autoritários do Estado". (ESTEVES, 2003, p. 178) Enquanto espaço ativo – que produz sentidos e constitui a sociabilidade contemporânea não apenas de modo instrumental – os processos de midiatização social são cada vez mais responsáveis pela abertura de novas interlocuções e interrelações entre o Estado e as mobilizações sociais.

Conforme relata Altair, muitas das formas de mobilização são refratárias às oportunidades ou às brechas informacionais advindas do Estado: "[...] a gente avança conforme vamos descobrindo e desmascarando as estratégias deles [Estado]. Algumas ocupações a gente decidiu depois de receber informações que escaparam do controle". Da mesma forma, continua Altair, "[...] a comunicação com eles [Estado] é difícil, porque eles têm o controle. Eles tentam seduzir a gente dizendo: não ocupem essa fazenda por que vai ser politicamente ruim". A fala de Altair revela que os efeitos da midiatização social são capitais para a implantação do poder de Estado e, de um modo mais geral, "[...] para todo o trabalho de coordenação das estruturas sociais complexas, ao proporcionar níveis mais aceitáveis de coesão e de homogeneidade." (ESTEVES, 2003, p. 178)

Na tentativa de transformar esse cenário, a informação se institui como um direito necessário para aqueles que lutam pela conquista da terra. Para tanto, o direito à informação deve ser pensando na perspectiva de "[...] fornecer informações em quantidade e qualidade para o melhor julgamento de cada um". (GENTILLI, 2005, p. 130) Para os militantes, a informação – tanto em aspectos quantitativos quanto qualitativos – é indispensável para o conhecimento de como funcionam e se estruturam as estratégias ofensivas do Estado, bem como as oportunidades políticas por ele disponibilizadas: "[...] na luta pela terra, a gente sempre precisa saber dos programas de financiamento que o Estado oferece, mas o camarada precisa ficar esperto pra ver se é coisa boa ou se é mais outra enganação, de endividamento ou de promessa". (Sebastião, agricultor assentado em Santa Catarina) Esse agricultor também salienta que apenas a quantidade de informação não contribui para a resolução das demandas da questão agrária: "[...] quando a gente se encontra com os técnicos da cooperativa, eles sempre falam que tem isso ou aquilo à disposição, mas não adianta. Eles precisam organizar os assentados pra gente debater sobre tudo isso".

Desse modo, identifica-se que os conteúdos informativos são carregados de sentidos e indicam possibilidades de transformação social, mas que não podem ficar restritos à transferência (FREIRE, 2006), mas, sobretudo, ao acesso, à participação e à qualidade da informação. Nessa perspectiva, a apropriação das informações possibilita a construção e articulação dos argumentos para o debate e para a visibilidade pública, dinamizado a partir dos processos comunicacionais que ampliam a participação e a mobilização popular e comunitária dos militantes, como dos acampados e dos assentados. Para Altair, esta questão também implica a problematização da promessa de progresso e de liberdade trazida pelas tecnologias:

> *[...] este problema [questão agrária] não vai ser resolvido só pelas informações que a gente divulga ou recebe. Isso depende se elas chegam na nossa base, nas periferias. As elites dizem que as tecnologias estão nas mãos de todos [...]. Não é*

> *bem assim, porque a informação sobre os direitos ou sobre as leis, nunca sai pro limpo tão fácil.*

Indispensável recordar, que os problemas sociais, como a própria questão agrária, também são marcados pela promessa tecnológica, que permitiria a todos participar com igualdade dos diferentes meios informacionais proporcionados pela sociedade capitalista. (SARLO, 1998) Esses ruídos na acessibilidade ou na produção informacional demonstram o modo assimétrico e complexo das mediações, as quais se apresentam de modo central na constituição dos sentidos que orientam a luta pelo poder. Além disso, contribuem para o distanciamento e disputa entre o Estado e a sociedade, pois dificultam a tomada de decisão coletiva, seja no âmbito comunitário ou em outros espaços mais amplos da cena política.

Neste sentido, ativa-se um processo de midiatização social via retração informacional operado pelas elites e pelo Estado, o que para Habermas (1997) proporciona a anulação da autonomia ou da ação dos diferentes atores sociais, tendo em vista a garantia da sua coesão e controle. Para os agricultores assentados, conforme relata Altair,

> *[...] o engajamento aqui nos assentamentos é muito atacado pelos políticos [...], que são também os empresários da cidade [...], pela rádio da cidade. Quando a gente se mobiliza, ai eles vêm dizer que estamos sendo radicais, que não queremos dialogar, ou que só queremos a baderna.*

Os assentados enfatizam que, diante da dificuldade de acesso às informações para a promoção de serviços públicos, outras formas de mobilização alternativas são construídas: "[...] é sempre essa briga com o Estado para conseguirmos as coisas para o assentamento. Enquanto eles fecham uma porta, a gente briga e tenta abrir outras", diz Altair. Nesse processo de negociação com o Estado, os processos comunicacionais e midiáticos ganham centralidade e atenção redobrada, alterando ou mesclando, assim, o curso das antigas práticas comunicacionais com as formas de mobilização e de ataque às ofensivas repressoras dos poderes constituídos.

CONCLUSÕES

Ao longo desta pesquisa participante, percebemos que os processos interativos, nos quais se operacionaliza a mediação social das alianças e das novas negociações do MST com as igrejas Católica e Protestante – sua base fundadora –, não conseguiram apagar os princípios e valores da cultura ou da fé cristã, subjetivados internamente pelos sujeitos que participam das diversas práticas midiáticas e comunicacionais. A esperança e a crença na igualdade e na justiça social continuam sendo alicerces que sustentam a tradição das marchas e das romarias na luta pela terra, onde a fé na construção de dias melhores permanece significativa no depoimento daqueles que dela participam.

Nesse cenário, as apropriações das tecnologias de informação e comunicação pelo movimento possibilitaram maior circulação informacional no âmbito social, potencializando uma comunicação dialógica mais rápida com a sociedade e com os demais espaços de luta pela reforma agrária. A atuação midiática e comunicacional do MST motiva-se pela necessidade de romper com os grilhões dos preconceitos e dos estereótipos que rondam o imaginário social, invólucro (película) sob os quais o movimento foi e continua sendo maculado e difundido amplamente pelos grupos de comunicação comerciais.

Nesse contexto, a midiatização social se constitui uma nova forma de afetação nos modos, práticas e valores dos sujeitos e coletivos sociais responsáveis pela construção da realidade. Ela passa a afetar e a complementar as práticas comunicacionais e informacionais que servem de fundamento para a tomada de decisões e ação política da questão agrária contemporânea. De modo complexo e em construção, a midiatização social põe em curso novos fluxos informacionais e comunicacionais, reordenando as experiências, saberes enraizados nas referências historicamente construídas, como também novas instabilidades, alternativas e potencialidades para as diversas formas coletivas, que produzem novos modos de

mediação social e de visibilidade dos conflitos simbólicos acerca da questão agrária.

Em síntese, a questão agrária como fenômeno sociocomunicacional não pode ser mais observada como um resultado das ações internas e externas dos atores sociais, tampouco, como uma consequência direta do processo de midiatização estritamente tecnológica. É um fenômeno difuso, que, ao ser produzido por sujeitos, esses também são afetados pela sua própria produção, criando uma nova "ambiência ou bios", sobretudo a partir das brechas e das incompletudes dos conteúdos, das práticas e dos sentidos midiáticos por eles apropriados e, então, ressignificados. Em outras palavras, estamos diante de um fenômeno em movimento, em que as práticas comunicativas operam pelo seu caráter sociotécnico complementar com os demais processos de mediação social, que constituem e orientam os rumos da questão agrária contemporânea.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertreand Brasil, 1998.

BERGER, Christa. *Campos em confronto*: a terra e o texto. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 1998.

BRAGA, José Luiz. *A sociedade enfrenta a sua mídia*: dispositivos sociais de crítica Midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009.

CARTER, Miguel. *Combatendo a desigualdade social*: o MST e a Reforma Agrária no Brasil. São Paulo: Editora Unesp, 2010.

D'ÁVILA, Cristina. *Decifra-me ou te devoro*: o que pode o professor frente ao manual escolar? 410 f. 2001. Tese (Doutorado em Educação) - Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2001. Disponível em:<http://www.obdalia.pro.br/tese_cristina.pdf>. Acesso em: 28 jan. 2008.

ESTEVES, João Pissarras. *Espaço público e democracia*: comunicação, processos de sentido e identidades sociais: São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

FAUSTO NETO, Antonio. Midiatização, prática social – prática de sentido.

In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 15., 2006. Bauru, SP. *Anais*... Bauru, SP: Compós, 2006. p. 1-15.

______. et al. (Org.). *Midiatização e processos sociais na América Latina*. São Paulo: Paulus, 2008.

FESTA, Regina. Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa; In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da. (Org.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Edições Paulinas, 1986.

FREIRE, PAULO. *Extensão ou comunicação*. 13. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

FREYRE, Gilberto. *Casa-Grande & Senzala*. 51.ed. São Paulo: Global, 2006.

GENTILI, Victor. *Reforma de massas*: jornalismo e cidadania: estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito à informação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

GOMES, Wilson. *Transformações da política na era de comunicação de massa*. São Paulo: Paulus, 2004.

GOMES, Pedro Gilberto. *A filosofia e a ética da comunicação na midiatização da sociedade*. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2006.

______. O processo de midiatização da sociedade e sua incidência em determinadas práticas sociossimbólicas na contemporaneidade. A relação mídia e religião. In: FAUSTO NETO, Antonio et al. (Org.). *Midiatização e processos sociais na América Latina*. São Paulo: Paulus, 2008.

GÖRGEN, Sergio Antonio. *Marcha ao coração do latifúndio*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.

HABERMAS, Jürgen. *Direito e democracia*: entre faticidade e validade. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

LACLAU, Ernest. Teorias marxistas del estado: debates y perspectivas. In: Lechner, Norberto (Ed.). *Estado y Política en America Latina*. México: Siglo XXI, 1981.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Superciber*: a civilização místico-tecnológica do século 21. São Paulo: NTC-ECA-USP, 1997.

MARTIN-BARBEIRO, Jesús. *Dos meios às mediações*: comunicação, cultura e hegemonia. 2 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

______. Razón técnica y razón política: espacios / tiempos no pensados. *Revista Latino America de Comunicação*. São Paulo, v. 1, n. 1, dez. 2005.

MELUCCI, Alberto. Um objetivo para os movimentos sociais? *Lua Nova* – Revista de Cultura e Política. São Paulo, n. 17, jun. 1989.

PAIVA, Raquel; BARBALHO, A (Org.). *Comunicação e cultura da minoria*. São Paulo: Paulus, 2005.

PERUZZO, Cecília Maria Krohling. Da observação participante à pesquisa-ação no campo comunicacional: Pressupostos epistemológicos e metodológicos. In: MELO, José Marques de; GOBBI, Maria Cristina (Org.). *Pensamento comunicacional Latino-Americano*: da pesquisa-denúncia ao pragmatismo utópico. São Paulo: Ed. Umesp, 2004.

RODRIGUES, Adriano. *Experiência, modernidade e campo dos media*. 1999. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt>. Acesso em: 14 jun. 2011.

SARLO, Beatriz. *Escenas de la vida posmoderna*. Buenos Aires: Ariel, 1998.

SILVA, José Gomes da. *A reforma agrária no Brasil*: frustração camponesa ou instrumento de desenvolvimento? Rio de Janeiro: Zahar, 1971.

SCOTT, Lasch. *Crítica de la información*. Buenos Aires: Amorrortu, 2005.

SODRÉ, Muniz. Sobre a episteme comunicacional. *Matrizes* – Revista do programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 15-26, jul./dez. 2007.

______. Eticidade, campo comunicacional e midiatização. In: MORAES, Dênis de. (Org.). *Sociedade midiatizada*. Rio de Janeiro: Maud, 2006.

______. *Antropológica do espelho*: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

STÉDILE, João Pedro (Org.). *A questão agrária no Brasil*: programas de reforma agrária 1946-2003. São Paulo: Expressão Popular, 2005.

STÉDILE, João Pedro; FERNANDES, Bernardo Mançano. *Brava gente*: a trajetória do MST e a luta pela terra no Brasil. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1999.

STRAPAZZON, João Paulo. *E o verbo se fez terra*. Chapecó (SC): Grifos, 1997.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el analisis de la mediatización. *Revista Diálogos de la Comunicación*. Lima, n. 48, p. 9-17, 1997.

VIEIRA, Liszt. *Os Argonautas da cidadania*: a sociedade civil na globalização. Rio de Janeiro: Record, 2009.

VIZER, Eduardo Andrés. Midiatização e (trans) subjetividade na cultura tecnológica. A dupla face da sociedade midiatizada. In: FAUSTO NETO, Antonio; GOMES, Pedro Gilberto; BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo. *Midiatização e processos sociais na América Latina*. São Paulo: Paulus, 2008.

Mediação e midiatização da religião em suas articulações teóricas e práticas

um levantamento de hipóteses e problemáticas

LUIS MAURO SÁ MARTINO

INTRODUÇÃO

As relações entre mídia e religião vêm ganhando espaço relevante na pesquisa em Comunicação nos últimos 20 anos, tanto no Brasil quanto no exterior. Nos meios acadêmicos brasileiros, o tema vem sendo objeto de debates e publicações – pelo menos duas coletâneas nos últimos dois anos (MELO; GOBBI; ENZO, 2007; BORELLI, 2010), além de vários trabalhos monográficos, enquanto no exterior pode-se mencionar a existência de periódicos científicos especializados com mais de dez anos de publicação contínua, como o *Journal of Communication and Religion*, o *Journal of Media and Religion* e *Journal of Pop Culture and Religion*.

O destaque dado ao tema no âmbito da pesquisa encontra sua justificativa no espaço ocupado pelo fenômeno na vida social. Uma procura nos canais abertos de televisão ou entre emissoras de rádio permite entrever a presença constante de programas religiosos nas grades de programação, ao mesmo tempo em que instituições religiosas promovem eventos artístico-religiosos claramente inspirados em eventos midiáticos.

A midiatização vem se afirmando como uma característica preponderante de várias igrejas e grupos religiosos, alterando práticas religiosas que são reconfiguradas e repensadas no contexto de uma sociedade igualmente midiatizada. Talvez não seja errado afirmar, no caso brasileiro, que algumas igrejas têm nas mídias não apenas um aliado na divulgação de uma mensagem, mas quase sua própria razão de ser. (ROSA; SEVERO; BORELLI, 2010)

O objetivo deste texto é delinear a discussão sobre a midiatização da religião dentro de um quadro de referências teórico-metodológicas para situar o fenômeno a partir de sua matriz comunicacional, isto é, questionando como a midiatização se articula com as práticas religiosas institucionais e com os processos de mediação. A partir de pesquisa bibliográfica e de campo, realizada em momentos diversos nos últimos quatro anos, procura-se delinear aspectos da midiatização da religião tendo como objeto instituições religiosas brasileiras contemporâneas, pensadas como parte de uma sociedade midiatizada e vinculada às dinâmicas das mediações.

As pesquisas sobre mídia e religião posicionam-se em uma região de fronteira entre as teorias da comunicação e a sociologia da religião. A configuração interdisciplinar do tema deve ser lembrada para ressaltar que a midiatização da religião acontece em um contexto de mediações histórico-sociais onde forças políticas e econômicas estão igualmente ativas e poderiam ser estudadas. A ausência de uma discussão dos clássicos da sociologia da religião explica-se como opção teórico-metodológica a partir do momento em que denominações religiosas parecem pautar seu *modus operandi* na utilização ostensiva dos meios de comunicação, da televisão e do rádio até as redes sociais digitais. Como argumenta Besecke (2005), trata-se de um conceito de "religião" que destaca o aspecto comunicacional.

O texto está dividido em três partes. Na primeira, exploram-se os aspectos teórico-epistemológicos da pesquisa sobre religião midiatizada, procurando situar o tema como objeto de estudos e no contexto de considerações teóricas, em diálogo com a noção de mediações. Em seguida, faz-se um

breve resgate histórico de momentos-chave do processo de midiatização da religião, destacando o caso brasileiro. Finalmente, são feitas considerações sobre as articulações da religião midiatizada com outros campos sociais e com as tecnologias do cotidiano, destacando o âmbito das mediações.

QUESTÕES TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICAS SOBRE MEDIAÇÕES E MIDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO

Sem o objetivo de fazer uma cartografia dos estudos a respeito da midiatização do religioso na sociedade contemporânea, é preciso destacar o crescimento do tema como objeto de estudos tanto no Brasil quanto no exterior.

Pode-se assinalar, de saída, a publicação de duas coletâneas dedicadas exclusivamente ao tema, *Mídia e Religião* (BORELLI, 2009) e *Mídia e Religião na Sociedade do Espetáculo* (MARQUES; GOBBI; ENDO, 2007), mostrando o engajamento de pesquisadores que apresentam pontos de vista diversos. No exterior, é possível notar um aumento considerável no número de obras a respeito do assunto desde o início dos anos 2000 (HOOVER, 2006), sem mencionar as publicações dedicadas exclusivamente ao tema, como os mencionados *Journal of Communication and Religion*, o *Journal of Media and Religion* e *Journal of Pop Culture and Religion*. Esse aumento sugere não apenas o reconhecimento da importância do objeto de estudo como a preocupação do espaço acadêmico em situar e compreender o fenômeno, interdisciplinar por excelência, das relações entre mídia e religião. Um primeiro ponto a trabalhar, nesse aspecto, é o conceito de midiatização e sua aplicação ao estudo do fenômeno religioso. Em seguida, esse conceito será articulado com a noção de mediações.

O conceito de midiatização, as mediações e as instituições religiosas

Assim como outros conceitos presentes no campo da comunicação, o sentido do termo midiatização não é objeto de consenso. No entanto, é possível, a partir do exame de algumas de suas definições, delinear um sentido para sua operacionalização no que tange às relações com a religião.

Em linhas gerais, midiatização pode ser entendida como o conjunto das transformações ocorridas na sociedade contemporânea relacionadas ao desenvolvimento dos meios eletrônicos e virtuais de comunicação. Como definição inicial, em um dicionário de Comunicação, Chandler e Munday (2011) a situam como influência da lógica e do formato dos meios no processo de comunicação.

Trata-se de um conceito que permite destacar, como componente fundamental da vida contemporânea, a presença ubíqua das mídias, não apenas como transmissores de mensagens, mas como dispositivos de produção de sentidos disseminados pela sociedade, em suas diversas mediações sociais, configurando-se como uma das referências às práticas cotidianas.

O processo de midiatização é um fenômeno social que, na visão de Gomes (2006), transcende o universo do midiático, articulando-se com a problemática das mediações. É o desenvolvimento de novas formas de compreensão dos indivíduos, dos grupos e dos espaços sociais. Nesse sentido, Muniz Sodré (2006, p. 21) pensa midiatização como uma "[...] tendência à virtualização das relações humanas, presente na articulação do múltiplo funcionamento institucional e de determinadas pautas individuais de conduta com as tecnologias da comunicação".

O estudo da midiatização da religião não pode deixar de levar em conta que esse processo se articula, de modo dinâmico, assimétrico e mesmo contraditório, com o universo das mediações, espaço de produção de sentido existente a partir da perspectiva da experiência do sujeito. Para Martín-Barbero (1995), na religião a mídia não é apenas um elemento técnico, mas torna-se "um elemento fundamental do contato religioso, da celebração religiosa, da experiência religiosa".[1] Sem a pretensão de uma genealogia do conceito de mediações, o que implicaria refazer um percurso já trilhado, vale a pena indicar algumas características pontuais.

1 "un elemento fundamental del contacto religioso, de la celebración religiosa, de la experiencia religiosa".

Parece não existir dúvida que um dos textos fundadores da noção de "mediações", tal como compreendida nos estudos contemporâneos de comunicação, é *Dos meios às mediações*, publicado por Jesus Martín-Barbero. Nota-se, a partir do título, a passagem do objeto de pesquisa das mídias para sua interação com o sujeito e os meios de comunicação. (MATTOS, 2003) Pode-se entender por mediações, com Jacks (1999, p. 48), o "conjunto de elementos que intervém na estruturação, organização e reorganização da percepção da realidade em que está inserido o receptor", as estruturas de construção de sentido às quais o receptor está vinculado. Em termos metodológicos, trata-se, explica Martín-Barbero (1997, p. 304) de partir das mediações "em vez de fazer a pesquisa a partir da análise das lógicas de produção e recepção, para depois procurar suas relações de imbricação ou enfrentamento".

As mediações estabelecem pontos de flutuação de sentido na relação entre mídia e público, um sentido em construção, sempre, definindo-se e redefinindo-se nas contradições do sujeito. Conforme esclarece Orozco Gómez (1991, p. 55), "quando a pergunta se converte em 'como se realiza a interação entre TV e audiência?' o que se coloca em jogo é o próprio processo de recepção televisiva, e, junto com ele, a televisão e a audiência". Para o autor, (OROZCO GÓMEZ, 2001, p. 23), trata-se de um processo estruturante que "configura e orienta a interação das audiências",[2] tendo como resultado a criação de um sentido, "e cujo resutlado é a entrega de sentido, por parte destas, aos referentes midiáticos com os quais interagiram".[3] Nas palavras de Canclini (1987, p. 8), a percepção dos "múltiplos níveis" de relações sociais que atuam na produção e circulação das mensagens fazem com que as mídias percam "seu lugar exclusivo – ou protagonista – que lhes deram as teorias da comunicação de massa".

2 "configura y orienta la interacción de las audiencias"

3 "e cuyu resultado es el otorgamiento de sentido por parte de estas a los referente mediaticos con los que interactuan".

Desenvolvida no contexto de uma compreensão das contradições do processo de modernização da América Latina, a ideia de mediações incorpora, em sua formulação teórica e metodológica, as especificidades do continente, pensadas como dimensões fundamentais para se compreender as dinâmicas da comunicação.

O elemento tecnológico midiático produz formas de compreensão da realidade que transbordam as fronteiras do campo da mídia, deslocando-se para as mediações. Elas se articulam com outras instâncias da vida humana, com a sensibilidade das pessoas, seus modos de perceber o mundo e compreender a realidade a partir do que Gomes (2006) denomina uma "ecologia" das práticas comunicacionais. Trata-se, para Sodré (2006, p. 23), de "tecnointerações" responsáveis por uma "articulação hibridizante das múltiplas instituições (formas relativamente estáveis de relações sociais comprometidas com finalidades humanas globais) com as várias organizações de mídia".

No caso da religião, sua midiatização precisa ser compreendida como parte de um processo mais amplo de midiatização da sociedade, no qual tanto o *ethos* dos meios quanto suas formas de representação da realidade são compartilhados pelos indivíduos. Pela midiatização, lembra Berge (2007, p. 26), a mídia deixa de ser "instrumental" e torna-se "constitutiva" da estrutura social, na medida em que articula "um novo modo de pensar, uma nova forma de estruturação das práticas sociais".

A partir da definição de Abercrombie e Longhurst (2007), o processo de midiatização refere-se ao fato de que os modos de representação da realidade pela mídia, a partir de seus dispositivos tecnológicos que enfeixam determinados estilos técnicos e narrativos de enquadramento da realidade, são incorporados pelo público, que os articulam com suas próprias mediações cognitivas, afetivas e político-econômicas. A midiatização interfere de maneira reflexiva na compreensão que os indivíduos têm da realidade – algo próximo do que Goffman (1987) chama de *frames*, isto é, molduras cognitivas e afetivas a partir das quais se estrutura a compreen-

são da realidade. Para Muniz Sodré (2006, p. 22), as instâncias de uma sociedade midiatizada estão "culturalmente afinadas com uma forma ou um código semiótico específico".

No caso das instituições religiosas, a adoção desse "código semiótico" significa estar em sintonia com as percepções dos fiéis, estar atento às sensibilidades, às formas de percepção e compreensão dos adeptos. Em outras palavras, falar a língua dos fiéis acostumados a viver em uma sociedade midiatizada.

Pensar a midiatização da religião a partir das mediações não é examinar o uso dos meios de comunicação por alguma igreja, mas verificar como isso altera tanto as práticas religiosas quanto o âmbito interno das igrejas e dos fieis. (MARTÍN-BARBERO, 1995) Na expressão de Rosa, Severo e Borelli (2010, p. 64), "o campo religioso passa atuar também a partir de lógicas que são midiáticas", em uma espécie de "colonização" por essas lógicas. (MARTINO, 2008)

O aspecto midiatizado da religião se interliga de maneira dinâmica com outras dimensões da experiência do religioso que se constitui, do ponto de vista do sujeito, como uma outra mediação. Ao analisar a midiatização da religião no contexto de transmissão de um Romaria – ou "tele-romaria" – Borelli (2008, p. 127) observa que, no processo, "há atravessamento de questões midiáticas e elas diferem de receptor para receptor, a partir de mediações também singulares". A experiência da religião midiatizada não existe fora da experiência das mediações presentes na construção de sentidos pelo sujeito, pensado enquanto "fiel-receptor" de uma mensagem à qual atribuirá significados. (MARTINO, 2003)

Trata-se de verificar uma articulação densa de mediações pessoais, institucionais, políticas e sociais entre os sujeitos em uma sociedade midiatizada e a midiatização das instituições religiosas. Os estudos a respeito das relações entre mídia e religião, nos últimos anos, vêm indicando diversas modalidades desse processo.

Algumas dimensões da midiatização e da mediação

Um exame da bibliografia revela correntes e tendências específicas nas investigações sobre essa temática. A área de estudos foi institucionalmente estabelecida – se é possível considerar, como evidência, o surgimento de publicações especializadas – há menos de 30 anos, a julgar pela data de lançamento do *Journal of Communication and Religion* nos anos 1980. Alguns "estados da arte" (BLOCK, 2000; BUDDENBAUM, 2002; BUDDENBAUM; STOUT, 2002; GRIFFIN, 1998), identificam as principais tendências da midiatização.

O primeiro é a identificação de elementos e temáticas religiosas na mídia laica, como o uso de temáticas e simbologias religiosas em clips da cantora Madonna (FRECCERO, 1992; HULSETHER, 2005) ou no filme *Homem-Aranha* (RICHARDSON, 2004), entendendo que o discurso religioso pode assumir, nesses casos, representações mais ou menos explícitas conforme o contexto. No mesmo sentido, Clark (2003) chega a identificar que mesmo produções sem temática religiosa, como *Buffy, a caça-vampiros* ou *O toque de um anjo* reforçam a ideia e a presença do religioso no imaginário a partir de sua presença midiática.

A segunda trilha de pesquisa lida com o uso da mídia – e da cultura dos meios de comunicação – pelas instituições religiosas. Estudos desse tipo observam como o midiático e o popular de massa (ORTIZ, 1998) são apropriados pelas instituições religiosas para divulgação de sua mensagem, utilizando-se, por exemplo, da música popular como estratégia. (JOSEPH, 2003; LYNCH, 2006; MOSHER, 2008; ROMANOWSKY, 2005; STREET, 1986)

Finalmente, pode-se destacar também estudos dedicados às relações entre a midiatização e o processo de secularização, entendido como a progressiva perda do espaço social ocupado pelas religiões no ocidente. (DOBELLARE, 1981; LECHNER, 1992; MARTIN, 1991) Neste particular, enquanto alguns pesquisadores, a exemplo de Iannacone (1998) e Mckee (2005) reforçam a ideia de que o uso da mídia levou à secularização da

sociedade, aproximando a religião de práticas laicas, descaracterizando sua singularidade, outros, como Kolakowski (1982, 1990), Stolow, (2005), Hoover (2006) e Meyer e Moors (2006) argumentam que trata-se de uma reversão do processo de secularização, na medida em que a midiatização do religioso aumenta sua visibilidade no espaço público.

Sem desconsiderar a importância desses estudos, Buddenbaum (2002) e Buddenbaum e Stout (2002) notam a ausência de referentes teóricos específicos, enquanto Griffin (1998) indica a "falta de uma agenda de pesquisa" nesses estudos.

No entanto, é possível destacar estudos que exploram as questões sobre a midiatização da religião no sentido de ultrapassar as tendências expostas até agora. Essas pesquisas têm em comum a busca por uma explicação da facilidade das relações entre mídia e religião que, de acordo com Besecke (2006), Stolow (2005) e Babb (1997), estaria ligada à própria característica da religião como *medium* e, ao mesmo tempo, como instância de mediação, isto é, como parte, em si, de um processo comunicacional, argumento que vale ser delineado.

Para Besecke (2006), a religião é, em si, uma relação de comunicação enquanto código de sentidos compartilhados que provê a compreensão de uma determinada realidade para uma comunidade de fiéis. A religião estabelece uma troca de símbolos que, afirma Babb (1997), estão presentes em vários meios, da fala e da iconografia até as mídias eletrônicas.

Um dos principais trabalhos sobre a convergência entre mídia e religião é desenvolvido por Jeremy Stolow (2005) em *Religion and/as media*, em tradução livre, Religião e/como mídia. O autor trabalha uma dupla articulação entre os termos, pensando, de um lado, os usos da mídia pelas instituições religiosas e, por outro lado, a própria religião como uma forma de "mídia" na medida em que as práticas religiosas e os símbolos do ambiente religioso tornam, no todo, a religião um *medium* de contato entre instâncias diferentes da experiência humana, o sagrado e o profano, enfatizando a natureza da comunicação como relação.

Uma primeira apreensão fenomenológica do religioso, afirma Stolow (2005), poderia destacar especialmente sua dimensão simbólica; uma das características da ação social religiosa é justamente partir de símbolos que transcendem os aspectos triviais do cotidiano, dando a objetos, palavras e encenações um sentido diferente daqueles existentes no dia a dia.

Stolow (2005) destaca a dimensão midiática da religião também no contexto de sua relação com os meios de comunicação, tanto de massa quanto eletrônicos. No entanto, essa perspectiva não é colocada em primeiro plano: ao contrário, seu argumento indica que é por conta da natureza midiática da própria religião que ela se articula com visível facilidade ao espaço dos meios de comunicação. Essa onipresença pervasiva da religião nas mídias, para o autor, não está desvinculada do primeiro aspecto, a religião como mídia. Dessa maneira, as relações entre mídia e religião seriam facilitadas pela dupla natureza do fenômeno religioso – como meio e mensagem ao mesmo tempo, relação igualmente sujeita às transformações da história.

A MIDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO EM PERSPECTIVA HISTÓRICA

Vale, nesse sentido, retomar alguns momentos decisivos na midiatização da religião, destacando, de acordo com o momento, aspectos do caso brasileiro ou norte-americano, matriz desse fenômeno, e as mudanças acarretadas tanto no campo religioso quanto no campo midiático decorrentes desse processo.

Em termos contemporâneos, lembra Gomes (2006), seria possível localizar o início das relações entre midia e religião nos Estados Unidos, nos anos 1940, quando sacerdotes católicos e protestantes passaram a se utilizar dos meios de comunicação eletrônicos disponíveis para divulgar suas mensagens religiosas. Dentre os exemplos mais representativos, o bispo católico Fulton Sheen e o pastor protestante Billy Graham, estão entre os que primeiro buscaram uma adequação entre meio e mensagem e no uso da linguagem da televisão – edição de imagens e variações no enquadramento,

por exemplo. A geração seguinte de "televangelistas", que inclui Rex Humbert e Jimmy Swaggart, pode ser considerada a primeira efetivamente midiatizada. Mais ainda, eles tornaram a sobrevivência de suas igrejas dependente, em boa parte, do sucesso do aparato midiático.

O processo de midiatização da religião, no caso brasileiro, pode ser localizado com mais ênfase a partir da chamada "segunda onda" do Protestantismo, igrejas estabelecidas a partir dos anos 1950/1960, nas quais traços da influência norte-americana podiam ser identificados com maior nitidez. (FRESTON, 1992) A expressão "igreja eletrônica" (ASSMAN, 1986; GOMES, 2010) cobre uma gama ainda difusa de fenômenos, nos quais se poderia incluir tanto o televangelismo quanto o uso dos meios de comunicação, em geral, por igrejas. Indicava-se, aí, uma primeira mudança no aspecto institucional das igrejas, uma vez que o processo de midiatização demandava uma reestruturação nas organizações de maneira a incluir uma preocupação com o uso institucional dos meios que não se confundia com qualquer forma anterior de proselitismo.

É possível localizar o momento de efetiva midiatização das instituições religiosas no Brasil a partir dos anos 1980, sobretudo a partir de igrejas evangélicas neopentecostais (BORELLI, 2010; KLEIN, 2005; MARIANO, 1997; MARTINO, 2003), como a Igreja Internacional da Graça e a Igreja Universal do Reino de Deus. No caso da Igreja da Graça, por exemplo, a informação oficial indica que ela foi idealizada quando seu fundador, o pastor Romildo Romualdo Soares, ainda na juventude, teria se impressionado com o potencial comunicativo da televisão.

Na Igreja Universal, liderada por Edir Macedo, a midiatização foi desde o início um dos pontos principais da denominação, acompanhada de elementos fortemente midiáticos – derivados do que Campos (1997) denomina "teatrais" – em vários os aspectos de suas práticas. (KRAMER, 2005) A segmentação de público, as diferenças de estilo entre atividades religiosas voltadas para grupos diferentes de fieis e a elaboração de uma mensagem estiveram, desde o início, entre as práticas da Igreja Univer-

sal, em um processo que teve, como ponto marcante, a aquisição da Rede Record de televisão, em 1992. A Igreja protagonizou também um dos primeiros conflitos midiático-religiosos do País em 12 de outubro de 1995, no qual Sérgio Von Helde, então um dos principais bispos da Igreja, atacou uma imagem de Nossa Senhora Aparecida em seu programa matinal veiculado na Record. O episódio foi amplamente repercutido, sobretudo pela Rede Globo, e de alguma maneira indicou que as relações entre mídia e religião estavam se tornando fator de importância no campo da comunicação. (ALMEIDA, 1996; BIRMAN; LEHMANN, 1999; MARTINO, 2003)

O modelo recente de religião midiatizada teria como principais protagonistas duas outras igrejas evangélicas, fundadas já nos anos 1990, que adotaram de modo sem precedentes a sintaxe da mídia em suas práticas, e mesmo em concepções doutrinárias. (MARTINO, 2009) Trata-se das igrejas Renascer em Cristo e Bola de Neve.

A primeira, fundada pelo casal Estevão e Sônia Hernandes, adotou um estilo de ação pautado em uma lógica vista, sobretudo, em programas de televisão, em particular shows de entretenimento e telejornais. Vale assinalar também o espaço midiático que a presença de figuras como o jogador de futebol Kaká trazia para a denominação – o atleta desligou-se da igreja em 2010. Na Bola de Neve, observa-se uma segmentação maior do público: fundada por um publicitário, volta-se marcadamente para a juventude, utilizando um discurso elaborado em uma sintaxe na qual se identifica a ressonância da chamada "cultura da mídia" (KELLNER, 1995) ou seus códigos e modelos (FISKE, 1989, 1991), empregando, por exemplo, *merchandising* e uma ampla esfera de produtos à venda com o logotipo da igreja.

A esse "avanço pentecostal" seguiu-se uma "reação católica", nas expressões de Oro (1995), no campo midiático.

A partir dos anos 1990, sobretudo com o padre Marcelo Rossi, esboça-se uma estratégia de divulgação da mensagem religiosa a partir de um modelo baseado no formato das mídias – não por acaso, algumas celebrações

eram denominadas, pela imprensa, como "showmissas". O padre financiou e atuou em filmes no início do século XXI, como *Irmãos de Fé* e *Maria, a mãe do Filho de Deus*, com atores da Globo nos papéis principais. (SOUZA, 2005) Na metade da década de 2000, outro padre, Fábio de Melo, passou a ganhar espaços na mídia com uma estratégia semelhante de adoção das práticas midiáticas.

Nos dois casos, nota-se a exposição em programas de televisão laicos, e o lançamento regular de produtos midiáticos, de CDs e DVDs à livros de autoajuda. Ainda no campo católico, a chamada Comunidade Canção Nova, estabelecida nos anos 1970 pelo Monsenhor Jonas Abib, tornou-se um conglomerado de produção religioso-midiática, atuando com força no mercado de bens simbólicos. (BARBOSA, 2011)

A midiatização da religião trouxe alterações não apenas para as dinâmicas do campo religioso, mas introduziu novos fatores nas dinâmicas internas do campo da comunicação. O espaço de ação do religioso na sociedade midiática não se separa das formas tradicionais de vivência religiosa, mas adapta-o para as necessidades e demandas do cotidiano em várias instâncias. (CAMPOS, 1997; CARVALHO, 1998; KLEIN, 2005; MARIANO, 1997)

RELIGIÃO MIDIATIZADA E MEDIAÇÕES NO ESPAÇO SOCIAL

A midiatização da religião vem alterando as dinâmicas e práticas tanto do campo religioso quanto o da Comunicação. Pensando, com Bourdieu (1998), na hierarquia e relativa autonomia dos campos sociais, é possível identificar que a midiatização da religião provocou mudanças internas em seu campo, mas também na sua relação com a própria mídia. Essa aproximação não está isenta de contradições e paradoxos, e pode ser compreendida como um movimento de mão dupla.

A midiatização da religião não acontece dissociada do universo simbólico das mediações do receptor, que chega à experiência religiosa midiatizada provido de um repertório de símbolos, práticas e expectativas

em relação ao religioso. A dimensão midiática da religião bebe de vários referenciais constituintes dos elementos relacionados às práticas próprias do que se poderia chamar, em uma definição tão geral quanto possível de reparos, de "religião popular".

Essa, aliás, parece ser uma das principais características do processo de midiatização da religião, sobretudo no caso brasileiro, embora seja possível considerar também o aspecto latino-americano. É uma condição que Canclini (2003) pensa a partir do conceito de uma cultura "híbrida", sobretudo na articulação assimétrica entre os binômios do "arcaico/moderno", "tradicional/contemporâneo" na religião. Como explica Jacks (1999, p. 24), "o processo de hibridização coloca no mesmo plano as diversas manifestações da cultura contemporânea, rompendo as fronteiras estabelecidas pela lógica da modernidade".

De um lado, nota-se a entrada dos agentes religiosos no campo da mídia, onde ocupam posições estratégicas e interferem na economia política própria a esse campo. Pode-se tomar como exemplo a ascenção da Rede Record de Televisão, propriedade da Igreja Universal do Reino de Deus, ao segundo lugar de audiência, afetando uma hierarquia existente desde os anos 1980 com a Rede Globo no topo e o SBT em segundo. O aporte de capital da Igreja Universal na Record, como principal locatária de espaço na grade de programação, aparentemente alterou as dinâmicas econômicas do campo midiático.

Por outro lado, notam-se também alterações no campo religioso, na medida em que religiões midiatizadas parecem alcançar, em algumas circunstâncias, certo destaque entre as concorrentes por conta da possibilidade de difundir melhor sua mensagem e chegar a um número potencialmente maior de adeptos. Note-se, por exemplo, que quase todas as denominações religiosas brasileiras que apresentaram uma taxa expressiva de crescimento nos últimos anos são as que mais se articularam com a lógica dos meios de comunicação – note-se, a respeito, a Renascer em Cristo, a Igreja da Graça, a Bola de Neve Church e a Igreja Mundial do Po-

der de Deus e a Igreja Universal do Reino de Deus – esta última, uma das mais midiatizadas, é a igreja evangélica que teve crescimento mais rápido desde sua fundação, em 1977.

Um dos elementos importantes dentro da complexidade desse contexto é a relação entre midiatização, visibilidade social e importância política. (BIRMAN, 2006) Seria arriscado, de saída, postular uma relação de causa e efeito entre a midiatização de uma igreja e o aumento de sua força no campo político. No entanto, igualmente seria difícil ignorar as articulações entre o uso ostensivo dos meios de comunicação por várias denominações e o aumento de sua importância nos debates políticos na medida em que são sustentadas e legitimadas, em certa medida, pelo número de fiéis.

Também vale lembrar que a midiatização não está desvinculada de outros inúmeros fatores responsáveis pelo crescimento e sucesso de uma denominação religiosa, sob o risco de se postular uma perspectiva exclusivamente midiacêntrica de interpretação, creditando ao uso dos meios o sucesso ou fracasso de uma igreja.

A ética específica de uma denominação, sua visão de mundo e proposições específicas (WEBER, 1991) – como, por exemplo, a perspectiva de sucesso profissional e realização pessoal contidos na chamada "teologia da prosperidade" (MARIANO, 1996) de certas igrejas – são igualmente importantes.

Feita essa ressalva, e com o risco que todo esquematismo traz, seria possível dizer que a visibilidade obtida a partir do uso da mídia pelas instituições religiosas acarreta um aumento no número de fiéis a elas vinculados o que, por sua vez, pode a aumentar a força política dessa igreja, conferindo-lhe legitimação enquanto instância representativa dos princípios de um contingente de pessoas. Acrescente-se a isso, em certos casos, o aumento do poder econômico na medida em que o sustento de uma denominação está vinculado às contribuições dos fiéis – quanto mais numerosos e engajados, maior o aporte financeiro da instituição.

A midiatização da religião apresenta-se como um componente no processo multifatorial de inserção das instituições religiosas no campo

político, sendo que sua maior ou menor força como ator nesse espaço depende, também, de sua visibilidade midiática e de sua articulação com as mediações. As consequências práticas da midiatização da religião podem ser verificadas na medida em que altera o equilíbrio de forças dentro do campo político com a entrada de um ator vinculado ao campo religioso. (MARTELLI; CAPELLO, 2005; MEYERS; MOORS, 2006)

A religião midiatizada e as mediações no cotidiano do fiel

Outro aspecto decorrente do processo de midiatização da religião observa como o uso da mídia altera o modo como a religião é experienciada pelas pessoas no cotidiano. A vivência do religioso vem sendo alterada pelo processo de midiatização das instituições religiosas na medida em que sua relação com os adeptos passa a ser pensada também a partir do emprego dos meios de comunicação. (MAHAN, 2005) Nesse sentido, no universo da teoria das mediações, o fiel é igualmente um re-criador – e, no espaço das redes digitais, um produtor – da mensagem. (GOUVEIA, 2005)

As relações entre a midiatização da religião e as mediações do sujeito, pensado como fiel de uma crença e receptor de uma mensagem, apresentam-se como um processo de dupla natureza.

De um lado, não é possível deixar de lado a inserção da religião, enquanto conjunto de práticas e vivências orientadas dentro de um universo simbólico definido por crenças, no conjunto das mediações do sujeito no processo de reconstrução de qualquer mensagem da mídia no contexto de sua experiência de vida. (DANTAS, 2008; PIGNATARI, 2008) Na religião midiatizada, lembra Borelli (2009, p. 13), "a recepção não é uma categoria abstrata, mas um âmbito complexo, que guarda relações com os dispositivos que geram e ofertam sentidos acerca da religião, suas linguagens e processos". A apropriação de qualquer mensagem, para o indivíduo vinculado a uma prática religiosa, tende a ser contrastada com os valores dessa religião na constituição de um sentido.

Por outro lado, midiatizada, a religião se constitui em mensagem da mídia inserida, igualmente, no conjunto de textos midiáticos concorrenciais no interesse e atenção do receptor junto com as mensagens laicas e será compreendida pelo receptor a partir de suas mediações – inclusive em sua dimensão religiosa. É nesse sentido que a lógica da religião midiatizada não pode deixar de levar em consideração que o receptor da mensagem é igualmente um fiel, mergulhado em um universo simbólico no qual algumas das mensagens da mídia religiosa já foi, ou está sendo, assimilada. (GOUVEIA, 2005) Na dinâmica da midiatização da religião ocorre, destaca Fiegenbaum (2006, p. 18) uma "reconfiguração das mediações que constituem seus modos de interpelação dos sujeitos e de representação dos vínculos que unem a sociedade". Esse é um dos fatores responsáveis pela diferença entre as mensagens religiosas direcionadas especificamente para o fiel – os jornais, revistas e sites das igrejas – e as mensagens veiculadas para um público indiferenciado, como os programas de rádio e tv que povoam os horários na mídia. (MARTINO, 2003)

Em primeira instância, a midiatização altera o que Clark (2006, p. 2) chama de "cultura material" do religioso: o fiel se articula não mais apenas com textos sagrados ou imagens, conforme a igreja, mas com toda uma produção simbólica trabalhada no âmbito de instâncias empresariais de produção plenamente estabelecidas, responsáveis por colocar à disposição dos fiéis produtos específicos para o consumo.

A midiatização da religião implica que o fiel seja igualmente o consumidor de todo tipo de produtos segmentados, de CDs e DVDs de seus artistas religiosos preferidos até roupas e acessórios criados para um público específico e, por vezes, dotados do logotipo de uma igreja ou da marca de uma associação religiosa, em um processo multifatorial de constituição de identidades. (CANCLINI, 1998) A midiatização da religião, quando pensada na sua dimensão vinculada à produção de bens de consumo, lida com as contradições possíveis entre o caráter de "indústria" e de "reli-

gião", sem abdicar de nenhum dos dois aspectos. (BABB, 1997; FORBES; MAHAN, 2005)

O fiel, pensado igualmente como adepto, receptor e consumidor, está exposto a uma série de mensagens laicas que, no processo de mediação, concorrem com a religiosa. (BABB, 1997; CLARK, 2006; MEYERS; MOORS, 2006) Para a instituição religiosa interessada em atingi-lo, isso cria o desafio de levar e adaptar mensagem às práticas, códigos, estilos e modelos familiares desse fiel. Midiatizada, a religião tem condições de disputar a atenção do público no mesmo plano das outras mensagens, utilizando-se de elementos conhecidos dos adeptos – nesse sentido, ter a camiseta de um time de futebol, de uma banda de música ou de uma igreja indica articulações diferentes, mas igualmente pautadas na formação de vínculos a partir do consumo de produtos identificados com a marca de um grupo.

Ao mesmo tempo, a vivência do religioso como experiência de mediação, via midiatização, também se adequa às necessidades de seu contexto social e histórico. O tempo do fiel em uma sociedade "líquida" (BAUMAN, 2003), na qual os fluxos de duração se orientam a partir do trabalho e das demandas de trabalho, é igualmente reconhecido pelas instituições religiosas quando vão veicular sua mensagem – por exemplo, na distribuição de material religioso nas mídias móveis, na criação de espaços no ambiente *on-line*, com ênfase em sites e redes sociais. Em suma, verifica-se a tentativa de se adaptar tecnologicamente para se enquadrar nas demandas de um receptor que convive com esses elementos nas mediações de seu cotidiano.

As tecnologias de informação, apropriadas pelas instituições religiosas, podem modificar a prática da religião, diluindo-a nas demandas de uma sociedade em fluxo, tornando-as difusas e ambivalentes. É possível citar, como exemplo, os inúmeros aplicativos (*apps*) disponíveis para *smartphones*, que oferecem desde versões *on-line* da Bíblia, dotadas de recursos como busca de palavras-chave e troca de comentários entre leitores, até sermões e orações para *download* que, incorporados nas especificidades

do cotidiano de cada fiel, ouvidos ou proferidos conforme a disposição e engajamento individual.

Em suma, a midiatização da religião traduz-se não apenas como um momento de alteração das práticas das instituições religiosas, mas também como uma aparente reestruturação, mais ampla, dos significados do que é "sagrado", "religioso" e da "experiência religiosa" em uma sociedade em midiatização.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As relações entre mídia e religião no contexto da sociedade em processo de midiatização parecem sublinhar uma articulação do religioso com o simbólico e com o material, em uma fronteira móvel e frequentemente transposta, mas nem por isso menos visível. Se, de um lado, as formas tradicionais da experiência religiosa, como as celebrações litúrgicas e os vínculos de comunidade presencial se renovam e se mantém, por outro há uma avalanche de produtos midiáticos designados para consumo em um mercado de fiéis em busca de uma linguagem que dialogue com outros elementos de seu cotidiano; ele é o receptor de uma mensagem e consumidor de um produto, busca a mensagem religiosa no mesmo contexto midiático e de consumo em que recebe outras mensagens.

Há um contraste, que pode igualmente ser lido como interlocção, entre as práticas midiatizadas hipermodernas – nos quais a dimensão tecnológica excede em termos de uso de dispositivos de última geração – acopladas a práticas "pré-modernas" como a distribuição de amuletos de diversas naturezas, a crença em maldições ou no poder curador de óleos, entre outros elementos vinculados a matriz igualmente "pré-moderna" da religião.

O arcaico hipermidiatizado auxilia a formação vínculos com as mediações do fiel-receptor. As matrizes populares da religião estão presentes de maneira inequívoca em sua midiatização; em certa medida, garantem a familiaridade do que será visto e reapropriado pelo fiel – encerra em si

mesma a presença da dimensão religiosa, constitutiva do processo de mediação, e da dimensão midiática, igualmente conhecida.

O processo de midiatização da religião apresenta-se dentro de um conjunto multifatorial de variáveis, dentre os quais a articulação de fatores que envolvem tanto elementos propriamente vinculados às características específicas de grupos e movimentos religiosos quanto uma economia política das mídias. Neste último caso, nota-se uma alteração na medida em que a midiatização inclui novos atores no campo, contribuindo para novas dinâmicas e mediações.

Enquanto recorte de estudos na área de Comunicação, as relações entre mídia e religião mostram-se como um elemento vinculado não só ao processo de midiatização da própria sociedade, mas também das transformações no cotidiano mais e mais veloz, arquitetado na velocidade dos fluxos ininterruptos de informação disponível em dispositivos móveis e redes sociais digitais. Nesse sentido, é possível dizer que a midiatização da religião torna-se uma estratégia de vinculação das instituições religiosas a um contexto marcado, sobretudo pela presença dos elementos comunicacionais e midiáticos com vistas a garantir sua visibilidade no espaço social.

As relações entre as instituições religiosas e os fiéis, no mesmo sentido, tornam-se mediadas, entre outros fatores, pelo instrumental tecnológico responsável por oferecer uma opção de vivência do religioso que, longe de se chocar com os padrões, fluxos e referenciais do contemporâneo, a eles se adapta, diluindo possíveis contradições entre a mensagem religiosa e as demandas da sociedade atual em novos horizontes e perspectivas para se viver uma religiosidade midiática.

REFERÊNCIAS

ABERCROMBIE, N.; LONGHURST, B. *Dictionary of Media Studies*. Londres: Penguin, 2007.

ALMEIDA, R. A Universalização do Reino de Deus. *Novos Estudos CEBRAP*, São Paulo, n. 44, mar. 1996.

ASSMANN, H. *Igreja eletrônica*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1986.

BABB, L. Introduction. In: ______. *Media and the transformation of religion in South Asia*. Delhi: Montilal Banarsidass, 1997.

BARBOSA, R. C. A. *Canção nova e padre Fábio de Melo: catolicismo reprogramado*. 156 f. 2011. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1998.

BAUMAN, Z. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

BECKFORD, J. The Mass Media and the new religious movements. In: WILSON, B.; CRESSWELL, J. *New Religious Movements*. Londres: Routledge, 1997.

BERGE, C. Tensão entre os campos midiático e religioso. In: MELO, J. M.; GOBBI, M. C.; ENDO, A. C. *Mídia e religião na Sociedade do Espetáculo*. São Bernardo: Ed. Metodista, 2007.

BESECKE, K. Seeing invisible religion: Religion as a societal conversation about transcendent meaning. *Sociological Theory,* v. 23, n. 2, p. 179-196, jun. 2006.

BIRMAN, P. Future at the Miror: Media, Evangelicals and Politics in Rio de Janeiro. In: MEYER B.; MOORS, A. *Religion, Media and the Public Sphere*. Indiana: Indiana University Press, 2006.

BIRMAN, P.; LEHMANN, D. Religion and the Media in a Battle for Ideological Hegemony: the Universal Church of the Kingdom of God and TV Globo in Brazil. *Bulletin of Latin American Research,* v. 18, n. 2, p. 145-164, 1999.

BLOCK, E. The media and religion: a decade of publications. *Communication Booknotes Quarterly*, Londres, Nova York, v. 33, n. 11, Winter, 2000.

BORELLI, V. Comunidades de recepção e os sentidos do religioso e do midiático. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 19., 2009. Rio de Janeiro. *Anais*... Rio de Janeiro: Compós, 2009.

BORELLI, V. Dispositivos midiáticos e as novas formas do religioso. In: _____ (Org). *Mídia e religião*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2010.

BORELLI, V. Televisão, acontecimento midiático e framentos de sentido de uma religião midiatizada. In: HINERASKY, D. A. et al. *Estudo das mídias*: da produção ao consumo. Santa Maria: Centro Universitário Franciscano, 2008.

BOURDIEU, P. *Raisons Pratiques*. Paris: Points, 1998.

BRITO, E. A cultura popular e o sagrado. In: QUEIROZ, J. J. *Interfaces do sagrado*. São Paulo: Olho d´Agua, 1998.

BRITO, E.; GORGULHO, G. (Org.). *Religião Ano 2000*. São Paulo: Loyola, 1998.

BRUCE, S. *Pray TV*: Televangelism in America. Londres: Routledge, 1990.

BUDDENBAUM, J. Social Science and the study of media and religion: going forward by looking backward. *Journal of Media and Religion*. Colorado, v. 1, n. 1, p. 13-25, 2002.

CAMARGO, C. P. F. *Católicos, Protestantes, Espíritas*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1973.

CAMPOS, L. S. *Teatro, templo e mercado*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.

CANCLINI, N. G. Ni folklorico ni masivo: qui es lo popular? *Revista Dialogos de la Comunicación*, Lima, n. 17, p. 8, jun. 1987.

CANCLINI, N. G. *Consumidores e cidadãos*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1998.

CANCLINI, N. G. *Culturas híbridas*. São Paulo: Edusp, 2003.

CARVALHO, J. J. Religião, mídia e os predicamentos de uma existência pluralista. In: MOREIRA, A. (Org.). *Sociedade Global, cultura e religião*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

CHANDLER, D.; MUNDAY, R. *Oxford dictionary of Media and Communication*. Oxford: Oxford University Press, 2011.

CLARK, L. S. Introduction to a Forum on Religion, Popular Music, and Globalization. *Journal for the Scientific Study of Religion,* Indiana (EUA), v. 45, n. 4, p. 475-479. 2006.

CLARK, L. S. *From angels to aliens*: teenagers, the media, and the supernatural. Oxford: Oxford University Press, 2003.

CLARK, L. S. *Religion, media and the marketplace*. New Brunswick: Rutgers University Press, 2007.

DANTAS, J. G. O comportamento dos telespectadores diante da programação televisiva neopentecostal. *Protestantismo em Revista*. São Leopoldo (RS), v. 16, n. 1, p. 7-21, maio/ago. 2008.

DOBELLAERE, K. Secularization: a multi-dimensional concept. *Current Socioogy*, Londres, v. 29, n. 2, p. 213-221, mar. 1981.

FIEGENBAUM, R. Z. Midiatização do campo religioso: tensões e peculiaridades de uma relação de campos. *UNIrevista,* v. 1, n. 3, p. 1-12, jul. 2006.

FISKE, J. *Television culture*. Londres: Routledge, 1989.

FISKE, J. *Understanding Popular Culture*. Londres: Routledge, 1991.

FONSECA, A. Lideranças Evangélicas na Mídia: trajetórias na política e na sociedade civil. *Religião e Sociedade*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 59-84, jan. 1998.

FORBES, B.; MAHAN, J. Preface. In: ______. (Org.). *Religion and popular culture in America*. Berkeley: University of California Press, 2005.

FRECCERO, C. Our Lady of MTV: Madonna's "Like a Prayer". *Boundary 2*, Duke University Press, v. 19, n. 2, p. 163-183, Winter 1992.

FRESTON, P. Evangélicos na Política Brasileira. *Religião e Sociedade,* Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 26-32, out. 1992.

GOFFMAN, E. *Frame analysis*. Londres: Penguin, 1987.

GOMES, P. G. *Da igreja eletrônica à sociedade em midiatização.* São Paulo: Paulinas, 2010.

______. *Filosofia e ética da comunicação na midiatização da sociedade*. Pedro Leopoldo: Ed. Unisinos, 2006.

GOUVEIA, E. H. Entre templo e televisão: comunidades eletrônicas de consolo. *Revista Nures*. Ano 1, n. 1, set./dez. 2005.

GOUVEIA, E. H. *Imagens femininas*: a reengenharia do feminino pentecostal na televisão. 1998. 358 f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Programa de Estudos Pós-Graduados em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1998.

GRIFFIN, E. The Journal of Communication and Religion: a state-of-art critical review. *The Journal of Communication and Religion*, v. 21, n. 1, 1998.

GUTIÉRREZ, L. I. S. A Midiatização Televisiva da Religião. Uma experiência de pesquisa sobre os processos midiáticos e a religiosidade. *UNIrevista* . v. 1, n. 3, jul. 2006.

GUTIÉRREZ, L. I. S. La Tele-Fe: religion mediatizada. *Diálogos de la Comunicación*, Lima, n. 77, p. 1-25, jul./dic. 2008.

HABERMAS, J. Religion in the public sphere. *European Journal of Philosophy,* Cambridge, v. 14, n. 1, maio, 2006.

HOOVER, S. *Religion in the Media Age*. Londres: Routledge, 2006.

HOSSEINI, S. H. Religion and Media, Religious Media, or Media Religion: Theoretical Studies. *Journal of Media and Religion*, Chicago, v. 7, n. 1, p. 56-69, mar. 2008.

HULSETHER, M. Like a sermon: popular religion in Madonna Videos. In: FORBES, B.; MAHAN, J. *Religion and popular culture in America*. Berkeley: University of California Press, 2005.

IANNACCONE, L. R. Religious Markets and Economics of Religion. *Social Compass*, Nova York, v. 39, n. 1, p. 123-131, mar. 1992.

JACKS, N. *Querência*. Porto Alegre: Editora UFRGS, 1999.

JINDRA, M. It's about faith in our future: Star Trek fandom as Cultural Religion. In: FORBES, B.; MAHAN, J. *Religion and popular culture in America*. Berkeley: University of California Press, 2005.

JOSEPH, M. *Faith, God and Rock and Roll*. Londres: Baker Press, 2003.

KEANE, J. Secularism? In: MARQUAND, D.; NETTLER, R. *Religion and Democracy*. Londres: Blackwell, 2000.

KELLNER, D. *Media Culture*. Londres: Routledge, 1995.

KENNICK, T. The language of religion. *The Philosophical Rewiew*, Duke, v. 65, n.1, set. 1956.

KLEIN, A. *Imagens de culto e imagens da mídia*. Porto Alegre: Sulina, 2005.

KOLAKOWSKI, L. *Religion*. Londres: Fontana, 1982.

KOLAKOWSKY, L. *Modernity on Endless Trial*. Chicago: University of Chicago Press, 1990.

KRAMER, E. Spectacle and the Staging of Power in Brazilian Neo-Pentecostalism. *Latin American Perspectives*, Londres, v. 32, n. 95, p. 12-22, 2005.

LECHNER, F. Secularization revisited. *Social Forces*. v. 71, n. 1, p. 225-228, Sep. 1992.

LYNCH, G. The Role of Popular Music in the Construction of Alternative Spiritual Identities and Ideologies *Journal for the Scientific Study of Religion*. Universidade de Indiana, EUA, **v.** 45, n. 4, p. 481-488, Aug. 2006.

MAHAN, J. Establishing a dialogue about religion and popular culture. In: FORBES, B.; MAHAN, J. *Religion and popular culture in America*. Berkeley: University of California Press, 2005.

MARIANO, R. Os neopentecostais e a teologia da prosperidade. *Novos Estudos CEBRAP*, São Paulo, n. 44, p. 24-44, mar. 1996.

MARIANO, R. *Neopentecostais*. São Paulo: Loyola, 1997.

MARTELLI, S.; CAPPELLO, G. Religion in the Television-mediated Public Sphere Transformations and paradoxes. *International Review of Sociology*. Londres, v. 15, n. 2, p. 243-257, jul. 2005.

MARTIN, D. The Secularization Issue: Prospect and Retrospect. *The British Journal of Sociology*. v. 42, n. 3, p. 465-474, Sep. 1991.

MARTIN, D. The Sociology of Religion: A Case of Status Deprivation? *The British Journal of Sociology*, Londres, v. 17, n. 4. p. 353-359, ago. 1966.

MARTÍN-BARBERO, J. Secularizacion, desencanto y reencanmiento massmediatico. In *Diálogos de la Cominicación*, Lima, n. 41, 1995.

MARTIN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações*: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

______. *Teoria da comunicação*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

______. *Mídia e poder simbólico*. São Paulo: Paulus, 2003.

MARTINO, L. M. Controlled Media: communication and body control in Brazilian religion. In: WORKING PAPERS IN MEDIA, POLITICS AND CULTURE. 2008. Norwich. *Anais*... Norwich: University of East Anglia, 2008, p.1-31 Disponível em < http://www.uea.ac.uk/psi/workingpapers/martino>. Acesso em: 14 Dec. 2011.

MATTOS, M. A. Paradigmas, teorias, modelos constitutivos da formação teórica em comunicação social. In: CONGRESSO DA INTERCOM, 26., 2003. Belo Horizonte. *Anais*... Belo Horizonte: Intercom, 2003.

MELO, J. M.; GOBBI, M. C.; ENZO, L. *Mídia e religião na sociedade do espetáculo*. São Bernardo do Campo: Ed. Universidade Metodista, 2007.

MEYER, B.; MOORS, A. *Religion, media, and the public sphere*. Bloomington: Indiana University Press, 2006.

MEYER, T. *Media Democracy*. Cambridge: Polity, 2002.

MORRIS, C. *God-in-a-box*. Londres: Hodder & Stoughton, 1984.

MOSHER, C. Ecstatic Sounds: The Influence of Pentecostalism on Rock and Roll. *Popular Music and Society*, Londres, v. 31, n. 1, p. 95-112, jan. 2008.

ORO, A. P. *Avanço pentecostal e reação católica*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

OROZCO GÓMEZ, G. Travessias de la recepción en America Latina. In: _______. *Recepción y mediaciones*. Buenos Aires: Norma, 2002.

OROZCO GÓMEZ, G. La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva. *Diálogos de la Comunicación*, Lima, n. 30, jan. 1991.

OROZCO GÓMEZ, G. *Televisión, audiencias y educación*. Buenos Aires: Norma, 2001.

ORTIZ, R. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1998.

PIGNATARI, R. M. Comunicação e o universo eclesial como mediação sociocultural. *Ciberlegenda*. Ano 10, n. 20, p.1-14, jun. 2008.

RICHARDSON, N. The Gospel According to Spider-Man. *The Journal of Popular Culture,* v. 37, n. 4, 2004.

ROMANOWISKY, W. Evangelicals and popular music. In: FORBER, B.; MAHAL, J. *Religion and popular culture in America*. Berkeley: University of California Press, 2005.

ROSA, J. P.; SEVERO, K. S.; BORELLI, V. Discurso midiático iurdiano: uma análise de "Ponto de Luz". In: BORELLI, V. (Org). *Mídia e religião*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2010.

SIMONSON, P. Media and Religion. *Journal of Communication*, v. 47, n. 2, Spring, 1997.

SMART, J. The Evangelist as Star: The Billy Graham Crusade in Australia, 1959, *Journal of Popular Culture*, 33, 165-73, 1999.

SODRÉ, M. Eticidade, campo comunicacional e midiatização. In: MORAES, D. (Org). *Sociedade midiatizada*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

SOUZA, A. *Igreja in Concert*. São Paulo: Annablume, 2005.

SOUZA, B. M. *A experiência da salvação*. São Paulo: Duas Cidades, 1971.

STOLOW, J. Religion and/as Media. *Theory Culture Society*. Londres, v. 22, n. 119, May. 2005.

STOUT, D.; BUDDENBAUM, J. Genealogy of an Emerging Field: Foundations for the Study of Media and Religion. *Journal of Media and Religion*, Colorado, v. 1, n. 1, 2002.

STREET, J. *Rebel Rock*. Londres: Blackwell, 1986.

THOMPSON, J. B. The new visibility. *Theory Culture Society*, Londres, v. 22, n. 31, p. 31-51, Dec. 2005.

WEBER, M. *Economia e sociedade*. Brasília: Ed. Universidade de Brasília, 1991. (v. 1)

Midiatização e reflexividade das mediações jornalísticas

CARLOS ALBERTO DE CARVALHO
LEANDRO LAGE

NOTAS INTRODUTÓRIAS

Estudos recentes do campo da Comunicação (BRAGA, 2006, 2007; FAUSTO NETO, 2008a, 2008b, 2009; SODRÉ, 2002, 2007) têm buscado investigar e compreender a complexa transição pela qual a sociedade está passando, a saber, a mudança para uma "sociedade midiatizada" ou "em midiatização". Tendo por pressuposto a comunicação como instância constituidora e constitutiva da vida social (FRANÇA, 2003), e considerando sua materialização pelas mídias, questionaremos, no presente trabalho, quais transformações essa travessia vem provocando no próprio ambiente midiático, no sentido de observar o que seria um movimento reflexivo da midiatização.

Antes de seguir adiante, cumpre relembrarmos duas abordagens recentes do conceito. Sem a pretensão de esgotar as proposições teóricas acerca da midiatização, faremos uma curta retomada para construir as bases teóricas da discussão sobre a reflexividade do fenômeno.

A primeira abordagem que recuperaremos, proposta por Muniz Sodré (2002), parte de um viés essencialmente filosófico para propor a ideia de midiatização como "nova forma de vida". Com base no conceito aris-

totélico de *bios*, isto é, das formas de vida na *polis*, o autor considera a midiatização uma espécie de "quarto âmbito existencial", ao lado da vida contemplativa, da vida política e da vida prazerosa. O *bios midiático* pressupõe não somente a vida mediada pela lógica da mídia, mas a experiência qualificada pela mídia. Implica uma nova relação do homem com o mundo, reconfigurada pelo tecnodeterminismo e pelo mercado.

Noutra perspectiva, fortemente marcada pela sociologia do conhecimento, José Luiz Braga (2007) define midiatização em dois "âmbitos sociais": num recorte específico, são considerados os processos sociais que passam a se desenvolver segundo as lógicas da mídia. Num nível mais amplo, trata-se da "midiatização da própria sociedade", em que os processos de interação mediatizada começam a referenciar os demais processos sociais. A midiatização se apresenta, aqui, como dinâmica interacional ainda incompleta, lacunar, mas geradora de novas possibilidades sociais.

Malgrado as distinções conceituais, essas duas formas de se conceber o fenômeno da midiatização pactuam a respeito de pelo menos um fator: o importante papel da tecnologia. Não apenas em sua dimensão material, tecnicista, mas em sua dimensão social, segundo a qual mediações tecnológicas e demandas sociais se relacionam de forma complexa, abrindo e fechando modalidades comunicativas e modificando as bases da sociabilidade contemporânea. A tecnologia tanto se apoia nos avanços tecnológicos quanto os desencadeia. Está à montante e à jusante do processo.

Diante da tecnologização dos processos sociais e das formas de interação, ambos corolários da midiatização, podemos assumir que a própria mídia, enquanto instância social ordenadora de processos interacionais, também se vê afetada pela nova ordem comunicacional. Entendemos que esse movimento de retorno da midiatização à própria lógica midiática reforça aquilo que Giddens (1991) chamou de reflexividade da vida social moderna, isto é, a constatação de que as práticas sociais passam a se modificar constantemente em razão das informações renovadas que circulam socialmente sobre essas mesmas práticas.

Quais os indícios de que a mídia tem sido afetada por essa "nova ordem comunicacional" ou mesmo por essa outra "forma de vida"? Em que sentido podemos compreender essa reverberação da midiatização na própria lógica midiática como um caráter reflexivo desse fenômeno, instaurado por e instaurador de complexos processos de mediação?

PROCESSUALIDADE DE REFERÊNCIA OU NOVA FORMA DE VIDA?

A midiatização traz implicações que marcam os processos de mediação, que, numa síntese da perspectiva de Jesús Martín-Barbero (1997), corresponderiam a amplos processos de negociação de sentidos culturais, políticos, econômicos e sociais, levados adiante não somente por atores sociais diversos nas negociações entre si e entre aqueles sistemas, mas também marcados fortemente pela presença de dispositivos midiáticos, também eles negociadores de sentido.

Naquilo sobre o que propomos refletir, as mediações ocupam o centro dos processos de midiatização em condições de reflexividade social e envolvem os operadores midiáticos – em nossa preocupação central, especialmente os operadores jornalísticos –, mediadores por excelência dos acontecimentos. As mediações levadas a cabo pelos operadores jornalísticos se dão com as fontes ouvidas na produção noticiosa, com os fruidores potenciais intuídos quando da produção das narrativas, enfim, com todos os atores sociais implicados no acontecimento noticiado.

No plano das interações, uma das principais transformações decorrentes da midiatização seria, segundo Braga (2007), o crescimento acentuado de "processos diferidos e difusos". Desse modo, a tendência a tais processos, marcada pelas formas avançadas de difusão e compartilhamento da imagem e pela presença constante dos aparatos tecnointeracionais, seria traço definidor da midiatização na contemporaneidade, como defende Braga (2007, p. 148-149):

> É possível construir uma perspectiva segundo a qual se verifica uma crescente busca de maior abrangência/alcance/duração [das interações] – que leva a processos diferidos e difusos – e representam mediatização crescente, com inclusão sempre adicionada de novos elementos e de processos, assim como um maior atingimento e ampliação em termos de participantes e de participação.

Embora seja mais ampla, tal perspectiva sobre a midiatização tem validade para a compreensão das implicações desse processo, que, apesar de lacunar, incide fortemente sobre a constituição do tecido social. Não seria forçoso admitir que a processualidade ganha, aqui, ares de positividade no que diz respeito ao nascimento de novos parâmetros de sociabilidade. Os processos tecnológicos de interação, embora timbrados pela lógica midiática, abrem possibilidades sociais, permitem novas formas de produção, difusão, circulação, bem como de criação de vínculos e de constituição de si. Todas essas são marcas sensíveis das novas mediações e de rearranjos sociais, o que culmina com a transformação da própria lógica dos dispositivos midiáticos.

Há, contudo, um dissenso teórico marcante no âmbito dos estudos brasileiros que se ocupam da midiatização. Diferente daqueles que a compreendem como processo interacional de referência, outros autores (SODRÉ, 2002; TRIVINHO, 2007) tendem a crer não apenas na lógica midiática como ordenadora da vida social, isto é, como mediação acentuada dos processos sociais hodiernos, mas na total dependência da sociedade e suas práticas em relação às novas formas e modalidades tecnológicas de interação.

Tal como estamos propondo, as mediações em ambiente de midiatização implicam complexos processos de negociação de sentido. Nessa perspectiva, é preciso atenção às contradições sociais, que marcam também as mídias com seus dispositivos e os atores sociais que com eles interagem. Em complemento, é importante ressaltar que os processos tecnológicos estão também envolvidos em negociações sociais, e que esse

envolvimento apresenta relações mais complexas que aquela da dominação à maneira maniqueísta.

Trivinho (2007) sugere que, com o rearranjo de papéis, funções e práticas dos meios de comunicação na sociedade e entre si provocados pela midiatização, as mídias estariam estruturalmente dependentes das tecnologias e redes digitais. Tratar-se-ia não apenas da submissão midiática às lógicas sociotécnicas da cibercultura, mas de uma conversão midiática do real em unidades eletrônicas, característica precípua de uma "civilização mediática avançada". Estaríamos testemunhando a "absorção" e "equalização" da lógica midiática pelas formas tecnológicas de interação:

> Programas radiofônicos e televisivos e produtos da indústria bibliográfica, cinematográfica e musical sobrevivem agora, ostensivamente, pelo écran do objeto infotecnológico [...]. A produção do noticiário – em seja qual aspecto for, desde a mera captação da informação à sofisticação virtual da apresentação – se alimenta diuturnamente dos fluxos do *cyberspace*. O processo compreende a totalidade do ciclo social da comunicação: recepção, tratamento, armazenamento e retransmissão da informação. (TRIVINHO, 2007, p. 3, grifo nosso)

As convergências tecnológicas teriam, assim, limpado o terreno para o desenvolvimento da midiatização. Deram condições para que as interações e os processos sociais se modificassem em função das possibilidades trazidas pelos avanços tecnointeracionais. Daí porque, para Sodré (2002), a midiatização deve ser pensada como "tecnologia de sociabilidade". E daí porque o fenômeno redunda num "*ethos* midiatizado", numa "estetização generalizada da vida social" – o que, por sua vez, atribui ao processo um viés negativo, inibidor das possibilidades de experiência dos sujeitos.

Em meio às diferentes perspectivas e olhares, partilhamos da ideia de que o processo de midiatização, a despeito de seu alicerce tecnológico e da dinâmica avassaladora com que invade os processos e mediações sociais, ainda é lacunar, pois não prepondera a ponto de suprimir formas tradicio-

nais de sociabilidade e de atravessar com essa veemência generalizante a totalidade dos processos comunicacionais. Para Braga (2007, p. 157),

> Talvez devêssemos, com mais exatidão, considerar que a mediatização social já é dominante em múltiplos processos transmissivos e interacionais (pela diversidade e pela abrangência de sua penetração social) – mas ainda não conseguiu atender a vários requisitos de articulação e plausibilidade que são cobrados por sua própria lógica enquanto processo interacional.

A postura acautelada diante do fenômeno – e das concepções teóricas que o cercam – não prejudica em nada a empreitada a que nos propomos, qual seja, a de buscar os vestígios deixados pela midiatização na mídia e, em especial, nos processos jornalísticos e suas mediações. Pelo contrário, tal conduta reforça a necessidade de compreender tal processualidade por seus indícios, evitando generalizações. Também não se trata de escolher entre uma e outra perspectiva, mas de aproveitar trechos de cada um dos caminhos abertos para seguir adiante na compreensão do processo, atravessado por múltiplas mediações. No caso do jornalismo, essas múltiplas mediações têm significado a necessidade de não desprezar demandas vindas de atores sociais quanto aos modos de tratamento e de inclusão nos noticiários de temáticas caras a esses atores, como adiante retomaremos.

Há um eixo, segundo Fausto Neto (2008a), que perpassa as formulações definidoras da midiatização segundo o qual, na "sociedade dos meios", a mídia estaria sujeita às organizações e operações do processo de interação dos demais campos sociais. Enquanto que, na "sociedade mediatizada", emerge uma realidade ou ambiência mais complexa, na qual a mídia passa a referenciar a organização da vida social em seus diversos âmbitos e mediações, inclusive o próprio sistema midiático. Midiatização seria, assim, a crescente articulação das instituições sociais com as lógicas da mídia e, acrescentamos, em ambiente de mediação e de reflexividade, as lógicas da mídia não estão imunes às demandas sociais, que as obrigam

a promover mudanças nos seus modos e formas de dar a ver as sociedades em suas contradições.

Na esteira da teoria luhmanniana dos sistemas, Fausto Neto toma como pressuposto uma autonomia operacional da mídia em relação aos demais sistemas sociais e, com isso, propõe o conceito de "analítica da midiatização", entendido como processo interpretativo segundo o qual as mídias, enquanto instituições observadoras dos demais processos sociais, ofertam essas "leituras", feitas sob seus cuidados, aos demais sistemas como condição de inteligibilidade da sociedade pela própria sociedade. Trata-se "da observação de que uma sociedade, que deixa sua auto-observação ao encargo do sistema de função dos meios de comunicação, aceita essa mesma forma de observação à maneira da observação de observadores". (LUHMANN, 2005, p. 142)

O conceito de "analítica da midiatização" é proposto no sentido de examinar as transformações da mídia provocadas pela midiatização. A analítica pode, também, referir-se aos processos interpretativos situados no âmbito do sistema midiático. Fausto Neto (2008a, 2008b, 2009) apresenta algumas evidências dessa analítica no âmbito da mídia, em especial do jornalismo: a) mudanças na topografia jornalística, provocando o rearranjo dos espaços de interação entre mídias jornalísticas e públicos e as formas de apresentação dos ambientes, rotinas e estratégias jornalísticas; b) autorreferencialidade do processo produtivo, com a acentuada repetição de discursos acerca do próprio trabalho jornalístico e a abertura das rotinas e procedimentos editoriais ao conhecimento do público; c) autorreflexividade sobre seus fundamentos, colocando em constante discussão o próprio fazer jornalístico e suas dimensões práticas, éticas, teóricas etc.; d) transformação do *status* do leitor, num contexto de abertura do processo produtivo jornalístico às produções e colaborações de seus públicos; e) a busca pela completude da enunciação, na tentativa jornalística de dar conta discursivamente de uma totalidade dos acontecimento que pree-

xistiria ao relato do mesmo; f) a conversão da enunciação em acontecimento, à maneira das estratégias autorreferentes, celebrando o próprio testemunho jornalístico do acontecimento como um acontecimento; g) a reformulação do *status* da notícia, caracterizando uma compreensão das práticas jornalísticas por parte do público, o que culmina na incorporação desse saber às estratégias de negociação com as instâncias jornalísticas ou mesmo de produção e difusão de acontecimentos.

O conjunto dessas modificações pressupõe o surgimento de um novo regime discursivo da mídia, o que sugere profundas transformações no trabalho enunciativo dos discursos jornalísticos e, também, na própria natureza da relação entre fontes, leitores-ouvintes-espectadores, jornalistas e empresas jornalísticas, que se torna mais complexa, afetando, assim, a chamada cultura jornalística, o modo de ser dessa comunidade e de suas práticas.

INDÍCIOS (REFLEXIVOS) DA MIDIATIZAÇÃO

Os efeitos das transformações nas instituições sociais e nas práticas midiáticas sobre o jornalismo não constituem problema recente. Duas décadas atrás, Maurice Mouillaud (2002a, p. 28) já havia indagado sobre o futuro do jornal impresso naquele contexto de mudanças estruturais no sistema produtivo midiático:

> Em um período em que os equilíbrios são frágeis e os aparelhos da mídia se fazem e desfazem-se, em que os homens de comunicação circulam com os capitais em um jogo de permutas cada vez mais rápidas, em que um barulho de correntes apaga, por vezes, a música das esferas, quem saberia dizer em que se transformará a página impressa?

Tratar da reflexividade no contexto da midiatização do jornalismo não é simplesmente propalar o recorrente discurso das mudanças estruturais ou mesmo de crise. Devemo-nos questionar, como sugere Ruellan (2011), sobre o lugar desse discurso na construção das identidades e práticas

jornalísticas atuais, ao invés de simplesmente repercuti-lo. Nesse sentido, buscaremos apontar, doravante, o que seriam indícios de que a mídia tem sido afetada pela "nova ordem comunicacional" contemporânea, marcada pela midiatização e pela reflexividade das mediações jornalísticas.

Protagonismo do público

No âmbito das práticas jornalísticas atuais, observa-se certo embaralhamento de papéis no que diz respeito aos atores envolvidos no processo de produção noticiosa. A este aspecto acrescenta-se o que Fausto Neto (2008b) chama de "protagonismo do leitor", decorrente de uma abertura das operações jornalísticas à participação do público, ainda que esta forma de interação seja regulada pela empresa. Note-se que não se trata apenas da luta pela visibilidade por parte dos públicos, mas do ingresso consentido desses públicos no sistema produtivo.

Como parte de uma estratégia de aproximação, leitores, ouvintes e espectadores são cada vez mais chamados a colaborar, a participar do processo de produção das notícias. Assim, são postos na condição de coprodutores. Investidos no papel do "eu repórter", esses agentes não apenas denunciam, como também produzem e reproduzem o próprio material jornalístico (fotos, vídeos, notícias...), direta ou indiretamente, corrigem e atualizam informações, reafirmando e ressaltando sua importância nos processos de mediação implicados nas operações jornalísticas – modificando, assim, a própria prática jornalística enquanto mediação social.

Tal reposicionamento sugere indícios de uma nova relação entre públicos e meios de comunicação, em que o papel de "fazer saber" e "fazer sentir", antes detido pelo dispositivo midiático, é compartilhado com o público. Sabe-se, contudo, que a participação dos leitores como fontes de informação, como denunciantes ou mesmo como opinantes em relação aos temas e abordagens noticiosos dos jornais não é exatamente novidade. No caso do jornal impresso, as "Cartas do leitor" são o exemplo clássico da interatividade entre a instância jornalística e seu público, na qual os

leitores "[..] falam com o jornal, *no jornal* e eventualmente sobre o jornal". (BRAGA, 2006, p. 133, grifo do autor)

Por outro lado, há que se ressaltar que tais atores não se encontram mais no início ou à margem da cadeia produtiva da notícia. Ocupam seu centro. Tornam-se agentes do processo produtivo, o que promove uma rearticulação da cultura jornalística. Como ressalta Fausto Neto (2009, p. 20), "o jornalista já não é mais soberano no trabalho de produção da notícia", pois perdeu parte da autonomia e exclusividade do trabalho de construção noticiosa, tanto por ser confrontado com informações difusas no ambiente midiático, quanto pela relativa autonomia do público enquanto difusor de informações.

É ainda mais ilustrativo o exemplo da invasão do espaço televisivo pelas imagens amadoras, como apontam Brasil e Migliorin (2010). Tais imagens, produzidas pelo público, ganham lugar prestigiado nas narrativas televisivas e mesmo na rotina de trabalho das TVs. O espectador é não apenas incitado a colaborar, mas ensinado sobre como fazê-lo – a exemplo do quadro *VC no MGTV*, transmitido no jornal local da emissora Globo Minas, em Belo Horizonte. "Não deixe de participar. Seja um repórter!", diz a apresentadora do quadro, que ensina telespectadores a enviar vídeos sobre denúncias e acontecimentos que as câmeras da emissora não captaram.

A entrada de um novo agente no centro da produção jornalística implica menos a perda, por parte dos jornalistas, de seu papel de mediação, de interpretação dos acontecimentos, do que o rearranjo de papéis no âmbito da atividade. Nas palavras de Fausto Neto (2008b, p. 100):

> A lógica dominante prevê uma espécie de diluição entre as fronteiras que os reúne [produtores e receptores], e mesmo de 'zonas de pregnância' que os aproximaria, na medida em que os receptores são crescentemente instalados no interior do sistema produtivo, enquanto co-operadores de enunciação.

Ressalte-se que a instauração dessas "zonas de pregnância" decorre de estratégias midiáticas previamente definidas que acabam por fundar

novas formas de interação entre produção e recepção, orientadas principalmente pela ideia de aproximação, isto é, de supressão do afastamento e da impessoalidade característicos do modelo que por um longo período demarcou as condições de interação entre públicos e o dispositivo.

Leitores, ouvintes e espectadores são promovidos a enunciadores, o que, de algum modo, impõe limites à sua autonomia ante a produção jornalística, uma vez que se veem, como os jornalistas, submetidos aos procedimentos de adequação às normas técnicas, discursivas e editoriais. Mesmo que com novos participantes, a produção jornalística ainda é submissa a parâmetros e constrangimentos organizacionais. Daí porque seria equivocado superestimar o "protagonismo do leitor", colocando esses agentes no mesmo patamar que os jornalistas gozam dentro do processo produtivo ou mesmo crendo na substituição de um ator pelo outro.

Luta por visibilidade e disputas de sentido

A midiatização parece inaugurar, no âmbito do sistema da informação, um ambiente de articulação entre novos e antigos atores. Essa é uma questão central no que diz respeito às lógicas da produção noticiosa. Por outro lado, não menos importante é pensar que também outras formas de ação social têm sido determinantes para a constituição do "cardápio" informativo das mídias. Essas formas não são absoluta novidade, pois remontam ao início das atividades de grandes e poderosas estruturas de assessorias de comunicação institucional próprias ou contratadas por corporações e agentes governamentais, mas incorporam crescentemente reivindicações cujas marcas podem transcender interesses corporativos isolados, assim como podem partir de grupos sociais tradicionalmente colocados à margem dos processos de visibilidade midiática. Em outros termos, tais formas de ação social inserem novos elementos às mediações que o jornalismo tradicionalmente estabelece com outros atores sociais.

Trata-se, assim, de ações vindas de grupos que reivindicam visibilidade para causas como a consciência ambiental responsável, o respeito pela di-

versidade sexual e tantas outras, cujas estratégias de fazer chegar à mídia seus pontos de vista não se resumem ao envio de materiais informativos, mas também na realização de eventos de grande porte em locais públicos, organizados segundo a lógica da mobilização massiva de participantes e da preparação de apelos visuais, estéticos e políticos atrativos para a mídia.

Um dos melhores exemplos de ações dessa natureza talvez seja a Parada do Orgulho Gay da cidade de São Paulo, que, segundo os próprios organizadores, hoje é a maior do mundo, atraindo mais de dois milhões de pessoas anualmente. Para além da produção de informações segundo a lógica do “faça você mesmo o que a mídia poderá divulgar”, o que temos são outras modalidades de incorporação da lógica da midiatização que, embora distinta em alguns aspectos daquela proposta por Fausto Neto, não deixa de assemelhar-se em alguns lances estratégicos à noção do protagonismo do público. Mas, e isso talvez seja o mais importante para o escopo das reflexões aqui desenvolvidas, trata-se de fenômeno tipicamente marcado pela reflexividade, que abordaremos adiante, e que se inscreve fortemente nos processos de mediação do jornalismo com a sociedade.

Ambientes de convergência

Há certa correspondência entre a instauração das “zonas de pregnância” com o que Trivinho (2007) aponta como a “equalização” da lógica midiática pelas formas tecnológicas de interação. A condição de coprodutores da informação jornalística dada aos públicos é permitida em grande parte pelas novas plataformas de contato desses agentes com os dispositivos. Nesse sentido, observa-se um reordenamento não apenas de papéis, mas também de práticas e conteúdos, fazendo com que dispositivos se interrelacionem estabelecendo redes sólidas de compartilhamento de informação.

Os dispositivos estão sempre encaixados em outros dispositivos. Eles possuem relativa autonomia entre si e com as demais instituições sociais. E o jornal, enquanto dispositivo midiático, pertence a uma rede de informações que comporta diversos outros dispositivos. A midiatização não

inaugura um ambiente de convergência, mas garante a entrada de novos dispositivos, novos agentes, instaurando novas formas de mediação. O encaixe entre os diversos dispositivos comunicacionais é que parece ter se transformado e se solidificado.

Os jornais, na tela e no papel, encontram-se cada vez mais fundidos. Um remete ao outro. Estão juntos no jogo da autorreferencialidade como estratégia midiática. Por isso não se deve observar o tema da convergência com as lentes do tecnodeterminismo. Como afirma Jenkins (2008), a convergência deve ser compreendida como transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, nas quais a circulação de materiais expressivos em diferentes sistemas midiáticos depende fortemente dos sujeitos consumidores, leitores, espectadores, ou, mais fortemente, mediadores.

Um exemplo dessa mobilidade é abordado por Benetti e Storch (2011), com base em observação da edição de 2 de junho de 2010, da revista *Veja,* intitulada *Guia da Copa 2010 Veja*. As pesquisadoras detectaram, em 16 páginas do *Guia*, remissões diretas ao conteúdo alternativo digital da revista, disponível para o público como ferramenta de interatividade. Sobre esse trânsito de conteúdos e agentes, as autoras concluem:

> Ao criar essas esferas de convergência, notamos que a revista se movimenta sobre dois interesses centrais, ambos relacionados com sua audiência: a) ao inserir recursos tecnológicos avançados, busca se adaptar à lógica de funcionamento da internet e *se aproximar de um leitor potencial*, acostumado e interessado nesse tipo de leitura; b) ao mesmo tempo, e de forma a *garantir a manutenção de seus leitores tradicionais*, a revista constrói recursos de treinamento que favoreçam o contato do leitor do impresso com os conteúdos digitais – processo que se realiza e consolida ao longo do tempo. (BENETTI; STORCH, 2011, p.213, grifo do autor)

Há, portanto, um ambiente propício à convergência. O estabelecimento das redes informacionais e a constante remissão entre dispositivos constituem estratégias políticas e econômicas das empresas. Assim como

os consumidores percorrem diferentes dispositivos em busca de conteúdos midiáticos difusos, jornais também se encontram no fluxo de uma mesma "cultura da convergência", em que fontes e informações estão dispersas no universo midiático.

Contudo, Fausto Neto (2009) atenta para o fato de que plataformas digitais são mais do que espaços de circulação e compartilhamento de bens simbólicos. Tais ambientes possuem estratégias produtivas próprias. O processo jornalístico de construção da realidade é, assim, afetado por essas estratégias, abrindo-se a novos atores, conteúdos e formatos. Os jornais se encontram profundamente contaminados pelos "fluxos do ciberespaço", isto é, em constante articulação, que por vezes supõe certa dependência.

Desse modo, a "cultura jornalística" se modifica também graças à incorporação das redes digitais, com suas estratégias, atores e conteúdos próprios, à rotina produtiva. Mais uma vez, nem de longe tal tendência minimiza o trabalho do jornalista, pois os desafios que se impõem são justamente o de "ordenar toda esta avalanche de informação", segundo Pavlik, citado por Fausto Neto (2009), e o de lidar com um ambiente de visibilidade que foge ao controle dos meios de comunicação convencionais.

O contexto de midiatização sugere a ascensão dos públicos, bem como a incorporação dos fluxos informacionais de outros dispositivos por parte dos jornais, instaurando novas mediações no processo de produção da notícia e novas formas de interação entre jornais e consumidores e entre jornais e jornais, em diferentes plataformas. Instaura, também, a necessidade de interação com circuitos de produção de informações e de articulação de acontecimentos a partir das redes sociais, que, a partir de dispositivos da internet, como *twitter*, *facebook* e *blogs* diversos, além da comunicação por meio de telefones celulares, operam simultaneamente como fontes crescentemente utilizadas pelas mídias nos processos de pauta de seus noticiários e de agrupamento de pessoas em torno de causas políticas, ambientais, culturais, comportamentais e outras. Se antes dessas modificações poderia parecer que as mediações entre o jornalismo

e os demais atores sociais indicavam a prevalência do primeiro, a midiatização em condições de reflexividade aponta para rearranjos em que as mediações não somente tendem a ocorrer em ritmo mais acelerado, como, sobretudo, envolvem maior número de atores sociais e de dispositivos midiáticos, com consequente ampliação das temáticas que são objeto das negociações de sentido.

A chamada "primavera árabe", onda de protestos políticos que atingiu alguns países como Egito, Síria, Tunísia, Iêmen, Líbia, Argélia e outros localizados no norte da África e no Oriente Médio, inclusive com a derrubada de governantes há décadas no poder, é um bom exemplo de como as redes sociais e seus diversos agentes ao mesmo tempo mobilizaram socialmente, agiram politicamente e pautaram as mídias informativas mundo afora. Têm, além disso, servido de fonte de informação em situações de censura imposta por governos, como em alguns casos da própria onda de protestos da "primavera árabe", inclusive levando as mídias noticiosas a alertarem seus fruidores sobre a impossibilidade de atestar a autenticidade das imagens e das informações, posto que "equipes de jornalistas estão proibidas de ali exercerem livremente suas atividades", como ouvimos recorrentemente em noticiários televisivos, por exemplo.

O acontecimento e a autorreferencialidade

A diluição das fronteiras entre jornalistas, jornais e públicos, o ingresso destes no sistema produtivo jornalístico e a interrelação entre dispositivos num contexto de convergência sugerem o reordenamento do processo jornalístico de construção da realidade, mas, por consequência, também colocam em questão a própria noção de acontecimento. Isso porque tal processo passa a obedecer a uma lógica produtiva mais complexa, que advém dessa nova articulação de diferentes dispositivos.

O jogo da autorreferencialidade enquanto estratégia midiática não parece incidir somente sobre a articulação entre dispositivos, sugerindo uma crescente remissão e compartilhamento de conteúdos. De acordo com

Fausto Neto (2008a), as estratégias de produção de referência que fazem com que o dispositivo jornalístico se volte cada vez mais para sua própria produção geram transformações discursivas profundas, modificando a enunciação do próprio acontecimento.

Para Mouillaud (2002b), acontecimento é a sombra projetada do "fato" enquanto conceito criado pelo sistema da informação, sendo assim um construto jornalístico. A crescente midiatização faz com que o acontecimento seja um anteparo sobre o qual é projetado o trabalho enunciativo. A própria atuação jornalística toma para si o lugar do fato como elemento central da construção do acontecimento midiático. Para Fausto Neto (2008a, p. 142),

> Se as enunciações de auto-referência visam a descrever operações voltadas para a realidade da construção que é convertida na própria 'realidade do acontecimento', vem de uma operação de co-referência enunciativa a lembrança, ou registro, de que algo da incompletude resiste a esse trabalho enunciativo.

Os mecanismos autorreferentes são, para o autor, uma das reações à perda da autonomia de jornais e jornalistas decorrente da ascensão de leitores e fontes à condição de participantes do processo de produção da notícia. A instauração das zonas de pregnância e o ingresso de novos mediadores no trabalho jornalístico – novos dispositivos, a participação dos consumidores que passam a compor o "cardápio informativo", inclusive com temáticas antes negligenciadas nos processos produtivos – implicariam o enfraquecimento da força do jornalista. E tais estratégias seriam usadas pela comunidade interpretativa para "[...] falar da sua existência, e dos nichos produtivos alusivos à realidade construída por seu trabalho". (FAUSTO NETO, 2009, p. 21)

Tais estratégias funcionam à maneira de autocelebrações do trabalho e da competência jornalística de relatar os acontecimentos. Exemplo disso pode ser visto no *site* do programa *Fantástico*, da Rede Globo, na semana de 7 de abril de 2010, ocasião em que a chuva provocou um deslizamento

de terra no Morro do Bumba, no Rio de Janeiro, causando 267 mortes. Antes mesmo do dia 11 de abril, quando o programa iria ao ar, o *site* da emissora já trazia a seguinte matéria, ancorada pelo apresentador Zeca Carmargo: "Com câmera na mão, produtor do Fantástico registra tragédia no Morro do Bumba".

Jornais cada vez mais se firmam como atores no âmbito das construções de narrativas jornalísticas, para além das suas tradicionais modalidades de relatos noticiosos. Eles deixam de ser apenas mediadores naquele sentido tradicional aludido anteriormente, uma vez que agora a mediação passa a ser entendida como amplos e complexos processos de negociação de sentidos sobre os acontecimentos noticiados. É cada vez mais comum ler, ouvir ou assistir jornais e seus agentes (produtores, repórteres...) se colocarem na cena dos acontecimentos como alguém que "testemunhou", "acompanhou", "viu" ou "filmou" o que se passou.

Diante do desafio crescente do furo jornalístico, passa-se a elevar o prestígio do estatuto da testemunhalidade no processo produtivo, tendo em vista que, em condições de reflexividade, os modos de construção noticiosos são mais facilmente compreendidos pelo conjunto de atores sociais, que muitas vezes detectam a própria acuidade do "ato de testemunhar".

Acreditamos que as estratégias de autorreferencialidade sejam adotadas pelos jornalistas, mas, principalmente, pelas empresas de comunicação em busca de legitimação diante do quadro de concorrência acentuada e da firmação de novas modalidades de interação com seu público. Desse modo, a celebração da enunciação como acontecimento e a explicitação da rotina produtiva constituem estratégias midiáticas de aproximação e estruturação de relações mais sólidas entre as mídias e seus fruidores.

Para reforçar nossa argumentação, emprestamos de Landowski (1992, p. 119, grifo nosso) parte da reflexão sobre as imbricações entre o discurso do jornal e seu público. Por um lado, o jornal narra os acontecimentos, contando assim a "história do presente", por outro:

> Também constrói, pela simples recorrência da sua enunciação, identidades sociais. Ao tempo contado, 'enunciado', o da narrativa dos acontecimentos noticiados, se superpõe, assim, um tempo 'vivido', tempo da enunciação (e da recepção) do discurso que serve como *suporte para a constituição da imagem própria do jornal como sujeito coletivo enunciante*, e, correlativamente, à *formação de um certo hábito próprio da clientela da qual se alimenta* e, sem dúvida, satisfaz a expectativa diariamente.

Desse modo, para o autor, o jornal se estabelece diante do leitor tanto como narrador dos acontecimentos, atendendo ao que chama de expectativa sintagmática, isto é, a uma espera induzida pela distribuição dos relatos em sequência, quanto como "sujeito coletivo enunciante", respondendo à expectativa paradigmática, ligada à sua atividade regular e ordenada de fazer saber e fazer ver.

As estratégias autorreferentes viriam justamente reforçar a segunda expectativa sugerida por Landowski, ressaltando suas particularidades enquanto dispositivo e estruturando relações mais sólidas com seu público.

REFLEXIVIDADE E MIDIATIZAÇÃO

Aquilo que antes apontamos como uma outra possibilidade de protagonismo do público fruidor das mídias jornalísticas, que além de participar como coprodutor de conteúdos, é também um ator que articula estratégias de visibilidades para suas causas, parece-nos mais facilmente compreensível a partir da noção de reflexividade. O conceito de reflexividade aqui adotado se assenta essencialmente nas proposições do sociológico Anthony Giddens (1991, 2001), em nosso entendimento, um dos autores que melhor expressou a produtividade da noção para a compreensão dos modos como, nas sociedades que ele denomina modernas, a circulação de informações afeta profundamente a compreensão que temos do mundo.

Um dos elementos centrais da reflexividade na era da modernidade – e Giddens recusa a definição de pós-modernidade por entender que habitamos ainda um mundo no qual convivem o arcaico e o novo, a tradição e

a ciência – está no desenvolvimento tecnocientífico, com suas implicações inclusive nas possibilidades de rearranjos sociais dos próprios artefatos tecnológicos. Estes, pensados para o cumprimento de uma determinada função, passam a adquirir outras pelo uso social distinto dado a eles, claro, a partir dos limites iniciais da engenharia que os concebe, mas sempre com a potencial incorporação de novas funcionalidades também pela atualização do produto. É desse modo que dispositivos como telefones celulares, por exemplo, acabaram se transformando em microfones, câmeras fotográficas e de vídeo e são, não por acaso, importantes em estratégias informativas incorporando o público à lógica de produção, tal como em iniciativas do tipo "eu repórter" e assemelhadas, anteriormente referidas em ações jornalísticas.

A reflexividade estaria, segundo Giddens, diretamente relacionada ao aumento dos fluxos informativos, naturalmente para além daqueles propiciados pelas mídias e pelos processos de midiatização e de mediações sociais, mas não os desprezando, embora tais preocupações não estejam no escopo das teorizações do sociólogo inglês.

> Viver em uma era da informação, na minha opinião, significa um aumento da *reflexividade* social. A reflexividade social refere-se à necessidade de estarmos sempre pensando, ou refletindo, a respeito das circunstâncias em que nossas vidas se desenrolam. Quando as sociedades estavam mais adaptadas ao costume e à tradição, as pessoas podiam seguir métodos estabelecidos para fazer as coisas de maneira mais irrefletida, Para nós, muitos aspectos da vida que as antigas gerações consideravam triviais transformam-se em temas para um processo aberto de tomadas de decisões. (GIDDENS, 2001, p. 540, grifo do autor)

A condição de reflexividade das sociedades modernas diz, assim, do trânsito de múltiplas formas de conhecimento, a exemplo do senso comum e da ciência, que, em nossas experiências cotidianas, podem se misturar na busca de soluções para males que nos afligem, como consultar um médico e se submeter a complexos exames laboratoriais e tomar os

medicamentos receitados, mas para o mesmo problema, recorrer a uma benzedeira e seus chás, compatibilizando-os por conta e risco.

Como pano de fundo, temos ainda o frágil equilíbrio entre as incertezas e a confiança nos sistemas peritos, ou abstratos, configurando nossa época como a de uma "sociedade de riscos", na expressão de Ulrich Beck (2010). Como sistema perito, as mídias constituem um dos principais elementos de difusão de modalidades diversas de informação, incluindo aquelas traduzidas pelos jornalistas aos públicos leigos a partir de especialistas em economia, política, ciência, cultura etc., em ambiente de reflexividade. (CARVALHO, 2008) A midiatização se configura, assim, em nossa proposição, como um elemento das sociedades contemporâneas cujas dinâmicas não são alheias às lógicas da reflexividade.

A reflexividade parece ser uma das condições explicativas para o fenômeno da midiatização. Ela nos possibilita entender os processos de midiatização como articulados a novas potencialidades sociotécnicas, pela via dos modos de apreensão crítica em circularidade – no qual as mídias leem seus públicos, decifrando-os para melhor ofertar-lhes produtos e processos, mas também para com eles negociar sentidos. Ao mesmo tempo, os produtos e processos das mídias são também lidos por estes mesmos públicos, que podem modificar algumas de suas dinâmicas de interação social, articulando ações que provocam mudanças nas mídias e nas formas de vida em sociedade. Trata-se de processo circular no qual a sociedade é atravessada pelas mediações midiáticas, o que, por sua vez, acaba reconfigurando tais mediações.

Se é dado verificável que novas potencialidades de sociabilidade são articuladas a partir da mídia, assim como há reconfigurações de antigos laços sociais a partir da presença constante dos processos midiáticos em nossos trânsitos cotidianos, pensar essas dinâmicas a partir da reflexividade pode evitar o equívoco de tomar tais processos como marcados exclusivamente pela presença soberana e não negociada da mídia na vida social. Em síntese, não é possível negligenciar que as mediações, nos termos

aqui propostos, sejam rearticuladas em ambiente de reflexividade, adquirindo centralidade para a compreensão da midiatização.

Ao mesmo tempo, a reflexividade parece ser um dos elementos presentes nas formas como pensamos nossas relações com as mídias, seus produtos e processos, permitindo, na feliz proposição de José Luiz Braga (2006), que a "sociedade enfrente sua mídia". Este enfrentamento, num primeiro momento, se dá sob a forma da capacidade de percepção crítica, portanto, de leituras que reposicionam os sentidos das informações midiáticas. No instante seguinte, possibilita aprendizados de outra ordem, alguns deles, como vimos nos convites a que telespectadores enviem suas próprias informações aos telejornais, com imagens produzidas por câmeras filmadoras e celulares, didaticamente disponibilizados pela mídia simultaneamente ao convite à participação.

A noção de reflexividade nos permite, contudo, ir além dessa forma de aprendizado, algo quase exclusivamente da ordem instrumental. Ela nos permite ver que há sofisticados mecanismos de participação que tensionam, se não totalmente a lógica de produção, circulação e consumo dos produtos midiáticos, ao menos forçam as mídias a negociarem a entrada em cena de novos atores e temas sociais que, por alguma razão, estão fora da lógica informativa ou de entretenimento tradicionalmente ofertadas. Como temos indicado, estamos diante de novas potencialidades e de novas mediações.

Nas condições de reflexividade em que vivemos, assim sendo, é possível compreender como os rumos de telenovelas são remodelados a partir de estudos com grupos focais, mesmo procedimento que reorienta outras produções midiáticas, dentre elas produtos informativos impressos e telejornais, mas também de outras modalidades eletrônicas. É ainda pela reflexividade que podemos enriquecer os entendimentos acerca das estratégias de produção de acontecimentos ofertados ao conjunto social e às mídias como forma de tornar visível algum tipo de reivindicação, como no exemplo já citado da Parada do Orgulho Gay de São Paulo.

Se, como aponta Giddens, a reflexividade inaugura nas sociedades modernas a necessidade de agirmos de maneira mais refletida do que no passado, mas se também é o que nos leva à adoção de todas as formas de conhecimento disponíveis nas nossas tomadas de decisão, o processo de "aprendizagem" é duplo no que se refere à midiatização: aprendemos sobre as mídias e suas lógicas de funcionamento, ao mesmo tempo em que elas também nos perscrutam, nos escrutinam em busca de maior eficácia em suas estratégias interacionais.

No que diz respeito especificamente às ações jornalísticas, envolvendo operadores organizacionais (jornalistas, editores, diretores das empresas de mídias) e seus públicos, a midiatização em condições de reflexividade parece apontar tanto na direção do aprendizado sobre os dispositivos sociotécnicos e suas lógicas operativas, quanto sobre as dimensões sociais aí implicadas. Tomados em articulação, portanto, e não como processualidades excludentes, podem oferecer melhores caminhos para a compreensão dos processos de midiatização como parte de rearranjos culturais que estão em curso, com a incorporação de uma grande diversidade de atores em cena, certamente maior do que se pensava em estudos anteriores, nos quais a mídia exerceria papéis não negociados socialmente. A mediação, em tais circunstâncias, passa a merecer novas dimensões conceituais e novas abordagens metodológicas, que em nosso entendimento, não podem deixar à margem a realidade da midiatização em condições de reflexividade que buscamos delinear.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tomando como referência o eixo que atravessa as diferentes conceituações desse fenômeno, concordamos com Sodré (2007, p. 17) quando afirma que "a midiatização não nos diz o que é a comunicação e, no entanto, ela é o objeto por excelência de um pensamento da comunicação social na contemporaneidade". Nesse sentido, articulando as noções de midiatização, mediação e reflexividade, parecem-nos mais promissoras

e profícuas as indagações sobre os modos como contemporaneamente se dá a presença da mídia na vida social e sobre como a vida social não pode estar à margem das investigações sobre as mídias e seus processos interacionais.

Considerando como pressuposto que a nova ordem comunicacional tem modificado tanto as instituições sociais quanto as práticas midiáticas, assim sendo, refletimos sobre alguns indicativos da midiatização do processo jornalístico e suas mediações, entre os quais estão: a) a fundação de novas formas de interação entre instâncias de produção e recepção do jornal, orientada pelas estratégias midiáticas de aproximação do público, mas também de construção de estratégias do público para tornar visíveis suas reivindicações; b) a crescente articulação entre os jornais e fluxos informacionais de outros dispositivos e plataformas; c) a adoção de estratégias de autorreferencialidade, inclusive transformando a enunciação em acontecimento.

O processo de midiatização não se limita à reconfiguração dos processos sociais de modo a torná-los dependentes da lógica midiática ou dos fluxos informacionais. A midiatização inaugura, no âmbito do sistema da informação e da comunicação, um ambiente de complexas mediações – e não de simples dependência – entre novos atores e dispositivos, e a adoção de estratégias bem definidas de interação com públicos, inclusive com a firmação de novas formas de interação.

De todo modo, embora a midiatização renove os processos tecnológicos e as formas de interação, é a sociedade que "realiza, escolhe e direciona" as novas possibilidades no sentido de assinalar os processos comunicacionais que nos permitem construir a realidade. (BRAGA, 2007, p. 147) No âmbito desse direcionamento de possibilidades é que se reconfiguram, individualmente e mutuamente, os dispositivos de interação midiática – dos tradicionais aos avançados –, os processos sociais e os processos comunicacionais, partes constitutivas das mediações sociais.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, E.; VAZ, P. B. F. Mídia: um aro, um halo e um elo. In: FRANÇA, V. R. V.; GUIMARÃES, C. (Org.). *Na mídia, na rua*: narrativas do cotidiano. Belo Horizonte: Autêntica, 2006. p. 43-60.

BECK, U. *Sociedade de risco*: rumo a uma outra modernidade. São Paulo: Editora 34, 2010.

BENETTI, M.; STORCH, L. Jornalismo, convergência e formação do leitor. *Matrizes*, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 205-215, 2011.

BRAGA, J. L. *A sociedade enfrenta sua mídia*: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

______. Midiatização como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, A. S.; ARAÚJO, D. C.; BRUNO, F. (Org.). *Imagem, visibilidade e cultura midiática*. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 141-167.

BRASIL, A; MIGLIORIN, C. A gestão da autoria: anotações sobre ética, política e estética das imagens amadoras. *Ciberlegenda*, Rio de Janeiro, n. 22, p. 126-141, 2010.

CARVALHO, C. A. Jornalismo e reflexividade: algumas aproximações. *Famecos,* Porto Alegre, n. 36, p.77-83, ago. 2008.

FAUSTO NETO, A. Mudanças da Medusa? A enunciação midiatizada e sua incompletude. In: FAUSTO NETO, A. et al. (Org.). *Midiatização e processos sociais na América Latina*. São Paulo: Paulus, 2008a. p. 83-103.

______. Fragmentos de uma "analítica" da midiatização. *Matrizes,* São Paulo, v. 1, n. 2, p. 89-105, 2008b.

______. Jornalismo: sensibilidade e complexidade. *Galáxia,* São Paulo, n. 18, p. 110-125, 2009.

FRANCA, V. R. V. L. Quéré: dos modelos da comunicação. *Revista Fronteira,* São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 37-51, 2003.

GIDDENS, A. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991.

GIDDENS, A. *Sociologia*. Porto Alegre: Artmed, 2001.

JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.

LANDOWSKI, E. Uma semiótica do cotidiano (Le Monde, Libération). In: LANDOWSKI, E. *A sociedade refletida*. São Paulo: Educ, Pontes, 1992. p. 117-125.

LUHMANN, N. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2005.

MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações*: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MOUILLAUD, M. Preliminares. In: PORTO, S. D.; MOUILLAUD, M (Org.). *O jornal*: da forma ao sentido. Brasília: UNB, 2002a. p. 25-28.

______. A crítica do acontecimento ou o fato em questão. In: PORTO, S. D.; MOUILLAUD, M (Org.). *O jornal*: da forma ao sentido. Brasília: UNB, 2002b, p. 49-83.

RUELLAN, D. Mudanças e continuidades estruturais do jornalismo. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL MUDANÇAS ESTRUTURAIS NO JORNALISMO, 1., 2011, Brasília. *Anais*... Brasília: UNB, 2011. p. 5-9.

SODRÉ, M. *Antropológica do espelho*. Petrópolis: Vozes, 2002.

______. Sobre a episteme comunicacional. *Matrizes*, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 15-26, 2007.

TRIVINHO, E. Cibercultura e existência em tempo real: contribuição para a crítica do modus operandi de reprodução cultural da civilização mediática avançada. *E-Compós,* Brasília, v. 9, n. 2, p. 01-17, 2007.

Midiatização e mediação

seus limites e potencialidades na fotografia e no cinema

CLARISSE CASTRO ALVARENGA
KÁTIA HALLAK LOMBARDI

INTRODUÇÃO

A proposta do texto é apresentar uma articulação possível entre o conceito de midiatização[1] e o de mediação. Se, como acredita Muniz Sodré (2008), a comunicabilidade foi sequestrada pela midiatização e no *bios midiático* o *ethos* tornou-se mais frágil, seria ainda possível encontrar na contemporaneidade outras formas de mediação, que permitam à comunicação escapar à estesia generalizada causada por esse quarto *bios*? A demanda por outras formas de mediação para além daquela circunscrita pela midiatização permite pensar em processos comunicacionais que se realizem enquanto tentativos, de acordo com a tese de José Luiz Braga (2010).

Em articulação e tensionamento com as teses de Braga e Sodré, o texto é direcionado para o campo da fotografia e do cinema. Assim, levantamos as seguintes questões: como escapar de epistemes preestabelecidas?

1 Os autores citados neste texto utilizam duas grafias diferentes para o termo: mediatização ou midiatização. Para efeito de padronização, usaremos a palavra midiatização no corpo do texto, preservando nas citações a forma de escrever de cada autor.

Como traçar novas configurações, novas experiências sensíveis para além do que seria previsível dentro do *bios midiático*? É possível ainda estabelecer algum tipo de comunicação que articula, integra, vincula?

O livro de fotografias *Fait* (2009), de Sophie Ristelhueber, e o filme *Juventude em Marcha* (2006), de Pedro Costa, são utilizados para testar algumas dessas potencialidades. No texto é apresentada uma reflexão sobre o caráter tentativo dos trabalhos, que lidam com margens específicas de imprecisão e probabilismo, abrindo espaço para ponderações sobre a política e sobre a atitude dos espectadores diante dessas imagens.

MIDIATIZAÇÃO

A comunicação – definida por José Luiz Braga (2010, p. 69) como " [...] toda troca, articulação, passagem entre grupos, entre indivíduos, entre setores sociais" – vem passando por um processo de aceleração e modificação de seus produtos informacionais e exige hoje novas redescrições, ou seja, que pensemos novos sistemas de inteligibilidade para essa diversidade de fenômenos.

Alguns autores, como Muniz Sodré (2008), na esteira das teses de Guy Debord (1997), assumem uma postura cética ao afirmar que vivemos em uma sociedade midiática, onde prevalece um processo de estesia generalizada e não há espaço para a experiência estética. Para Sodré (2008, p. 24), a mídia adquiriu uma dimensão regulatória, com tendência à virtualização ou telerrealização das relações humanas.

> A reflexividade institucional é agora o reflexo tornado real pelas tecnointerações, o que implica um grau elevado de indiferenciação entre o homem e a sua imagem – o indivíduo é solicitado a viver, muito pouco auto-reflexivamente, no interior das tecnointerações, cujo horizonte comunicacional é a interatividade absoluta ou a conectividade permanente.

Em *Antropológica do Espelho*, Sodré (2008, p. 21) constrói uma figura, a princípio, bastante unilateral da midiatização, ao defini-la como uma

ordem de mediação[2] entendida como processo informacional, “a reboque de organizações empresariais e com ênfase num tipo particular de interação, [...] caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada *medium*.”[3]

Em uma visão menos apocalíptica, José Luiz Braga acredita na possibilidade de buscarmos um ângulo crítico no sistema de midiatização. Concordamos com Braga (2007), ao reconhecer na mídia não apenas o poder de governar, mas também de conceder inteligibilidade. Devemos “[...] ‘cobrar’ da mediatização determinadas direções e valores, para isso buscando compreender suas próprias lógicas para desenvolver restrições, apontar lacunas e compreender os desafios.” (BRAGA, 2007, p. 156)

Considerada o *nomos*[4] do contemporâneo, pela velocidade e fluidez dos processos, a mídia, segundo Braga (2007, p. 151), vai além do objetivo de reduzir o tempo de circulação do circuito econômico, podendo ultrapassar o mero uso transmissivo e o momento de contacto. Desse modo, “[...] o que ‘faz a mídia’ é uma questão social e gera processos que dizem respeito a nossos modos de ser, passando a fazer, nuclearmente, parte da sociedade, quer sejam positivos ou negativos.”

A midiatização deve ser caracterizada não apenas como forma de organizar, produzir e transmitir mensagens e significados, mas também, como modo através do qual a sociedade se constrói. Para Braga (2007, p. 148), “são padrões para ‘ver as coisas, para articular pessoas’ e mais ainda, relacionar subuniversos na sociedade e – por isso mesmo – modos de *fazer as coisas* através das interações que propiciam.” Existe uma crescente

---

2 O conceito de mediação será tratado adiante.

3 Para o autor, “*medium* é o fluxo comunicacional, acoplado a um dispositivo técnico (à base de tinta e papel, espectro hertziano, cabo, computação etc) e socialmente produzido pelo mercado capitalista, em tal extensão que o código produtivo pode tornar-se *ambiência* existencial. Assim, a Internet, não o computador, é *medium*.” (SODRÉ, 2008, p. 20)

4 A palavra *nomos*, de acordo com Sodré (2008, p. 14), provém do sentido grego de economia. “o *nomos* da palavra *oikonomos* deriva do verbo *nemein*, que significa propriamente apascentar, bem distribuir o rebanho no espaço, no ritmo adequado.”

busca de modos de interações sociais, que leva a diferentes processos e que incluem novos elementos, assim como uma ampliação de participantes e de participação.

Para pensar a midiatização como uma nova qualificação particular da vida, como um novo modo de presença do sujeito no mundo, Sodré (2008), inspirado na classificação de Aristóteles de três gêneros de existência (*bios*) na *Polis,*[5] faz uso de um novo *bios*, o midiático. Esse fenômeno é tratado por Sodré (2008, p. 19), como uma tendência dos tempos atuais, no qual prevalece o modelo de comunicação generalizada.[6] É como se vivêssemos em uma realidade virtual, "[...] em que a rede tecnológica praticamente confunde-se com o processo comunicacional e em que o resultado do processo, no âmbito da grande mídia, é a imagem-mercadoria."

Assim, *bios midiático* ou *bios* virtual são expressões utilizadas para caracterizar uma nova forma de vida marcada por uma realidade composta de fluxos de imagens e dígitos. Na concepção de Sodré (2006), trata-se de um *bios* sem potência imaginativa ou metafórica, cujos dispositivos técnicos exercem controle da *zoe* (a vida *nua*, natural, animal), uma vez que participa da luta pelo controle das representações do real.

Na verdade, a ideia de um quarto *bios* não é novidade, já vem sendo explorada, por exemplo, em ficções cinematográficas. É o caso de *O show de Truman* (1998), filme dirigido pelo norte-americano Peter Weir, que mostra o alto grau de espetacularização da sociedade contemporânea. O filme – cujo personagem principal vive em uma comunidade sem saber que todas as suas ações cotidianas são cenarizadas, controladas e transmitidas, em tempo real, a um público mundial – é uma paródia do *bios* virtual, "a nova esfera existencial em que estamos todos sensorialmente imersos." (SODRÉ,

5 *Bios theoretikos* (vida contemplativa), *bios politikos* (vida política) e *bios apolaustikos* (vida prazerosa, vida do corpo).

6 Um dos quatro modelos de comunicação propostos por Bernard Miège e que Sodré (2008, p. 19) sintetizou nas seguintes palavras: "a reboque do Estado, das grandes organizações comerciais e industriais, dos partidos políticos, a informação insinua-se nas clássicas estruturas socioculturais e permeia as relações intersubjetivas; trata-se aqui do que também se vem chamando de realidade virtual".

2006, p. 16) Destarte, comenta Sodré (2008, p. 40), "profundamente afetada pela esfera do espetáculo, a vida comum torna-se *medium* publicitário e transforma a cidadania política em performance tecnonarcísica."

De acordo com Sodré (2008), estamos passando por um processo de despolitização midiática ou tecnológica e a consequência é o enfraquecimento ético-político das antigas mediações – cujo lugar foi tomado pela tecnointeração – e do fortalecimento da midiatização. Assim, no *bios midiático,* o *ethos*[7] encontra-se enfraquecido. Para Sodré (2008), o *ethos* é o ambiente cognitivo, onde ocorrem as formas de relacionamento com o outro e com a própria singularidade, assim como, as formas simbólicas, que orientam o conhecimento, a sensibilidade, a cultura e as ações do indivíduo.

Na lógica de Sodré (2008), se o *ethos* tornou-se midiatizado, as formas de vida também foram midiatizadas pela tecnologia e pelo mercado, ou seja, somos levados a encenar uma nova moralidade objetiva, pautada pela ordem de consumo, costumes e rotinas socialmente estabelecidos. O resultado desse processo, em que a rede tecnológica funde-se no campo comunicacional, é a produção do que Sodré (2008) chama de imagem-mercadoria.

Enfim, acreditamos que a descrição elaborada por Sodré sobre o fenômeno da midiatização acaba se restringindo a uma análise das estratégias dos meios pouco se atentando para a complexidade das mediações envolvidas nos processos comunicacionais contemporâneos. Por isso, lançaremos mão do conceito de mediação, buscando apontar para as lacunas existentes no interior mesmo da midiatização e, portanto, nos aproximando da descrição que Braga faz desse mesmo termo e da sua proposta de comunicação tentativa.

---

7 "A esse espaço disposto para a realização ou para a ação humana, forma organizada das situações cotidianas, o grego antigo deu o nome de ethos e fez dele o objeto de uma *epistème*, a Ética (*Ethiké*). Na palavra *ethos*, e nos modos diferentes como era escrita em grego, ressoa o sentido de habitar, com toda a extensão e conexões dessa ideia. Ela designa tanto morada quanto as condições, as normas, os atos práticos que o homem repetidamente executa e por isso com eles se acostumam, ao se abrigar num espaço determinado." (SODRÉ, 2008, p. 45)

MEDIAÇÃO

Desde o início da década de 1990, o conceito de mediação entrou de maneira efetiva para o vocabulário do campo da Comunicação Social como também se difundiu dentro da sociedade, ganhando um uso comum, tal como observa Jean Davallon (2003). Num esforço teórico para identificar os contornos desse processo, Davallon (2003) constata que, mesmo dentro do campo da Comunicação Social, os sentidos que se vem atribuindo, ao longo das duas últimas décadas, para o termo são heterogêneos.

Tentando pontuar o que haveria em comum a esses usos, o autor acaba se deparando com uma constatação. O acesso à mediação viria a partir de uma necessidade de se trabalhar com algo além dos elementos primários constituídos pela situação da comunicação, a saber: emissor, receptor, meio e mensagem. Outro ponto em comum seria a limitação da situação interativa em si.

O surgimento da palavra mediação dentro do nosso vocabulário indicaria, portanto, a insuficiência do paradigma clássico da Comunicação Social. Nesse sentido, há um indicativo sobre a precariedade da análise centrada nos meios, seja com vistas a identificar condições de produção ou de recepção, para uma busca por outros parâmetros que nos permitam entender não apenas as relações em si, mas a singularidade das formas como a comunicação acontece.

> O primeiro constato que podemos fazer é que a noção de mediação aparece cada vez que há necessidade de descrever uma ação implicando uma transformação da situação ou do dispositivo comunicacional, e não uma simples interação entre elementos já constituídos – e ainda menos uma circulação de um elemento de um pólo para outro. Emitirei assim a hipótese de que há recurso à mediação quando há falha ou inadaptação das concepções habituais da comunicação: a comunicação como transferência de informação e a comunicação como interação entre dois sujeitos sociais. (DAVALLON, 2003, p. 10)

Através desse deslocamento de ponto de vista, o interesse migra dos sujeitos em si e da situação de interação que os liga para se abrir ao que Davallon (2003) vai identificar como o terceiro simbolizante. A existência desse termo, que nas análises restritas ao meio não era considerado como inerente ao processo comunicacional, envolve uma abertura para o "funcionamento simbólico da sociedade". (DAVALLON, 2003, p. 14) Sobre o terceiro simbolizante, o autor nos diz o seguinte:

> O que o modelo da mediação faz aparecer é menos os elementos (a informação, os sujeitos sociais, a relação, etc.) do que a articulação desses elementos num dispositivo singular (o texto, o média, a cultura). É, no fundo, esta articulação que aparece como o terceiro. (DAVALLON, 2003, p. 23)

Então, o que passa a interessar é a articulação que se dá entre as várias instâncias que compõem a comunicação, tendo em vista que muito do que acontece nessas interações não estava previsto *a priori* no meio. Outro aspecto interessante é que isso que acontece no processo de comunicação e que não estava previsto pode ser reenviado para se pensar a forma como a sociedade simboliza a si mesma.

No caso específico do uso que Jesús Martín-Barbero (2000, p. 154) faz de mediação, o terceiro simbolizante poderia ser considerado justamente como o lugar da cultura. O que ele propõe é que a vida ordinária das pessoas na sociedade é muito mais interessante, rica, do que os meios e os estudos dos meios podem supor. Portanto, o uso que as pessoas fazem dos meios muitas vezes subverte as formas que estavam previstas para a comunicação devido à interferência de elementos vindos do campo da cultura. O autor explica: "o que eu comecei a chamar de mediações eram aqueles espaços, aquelas formas de comunicação que estavam entre a pessoa que ouvia o rádio e o que era dito no rádio."

É justamente pela via da mediação que se produz uma diferença entre aquilo que estava previsto no meio ou na mensagem e aquilo que acontece de fato, a partir de uma situação de comunicação. Há uma alteração em

relação aquilo que estava previsto, provocada justamente por interferências que estão presentes no universo da cultura, considerada aqui como os modos de viver, a vida cotidiana, as relações familiares etc.

Na concepção de Martín-Barbero (2000), o lugar da Comunicação não é apenas um território demarcado pelo imperialismo cultural, mas também um lugar de libertação e emancipação, sobretudo na América Latina, onde segundo ele – um espanhol que vive desde 1963 na Colômbia – há uma adensada vida cultural. Então, tentar entender os meios sem levar em conta esse contexto tornaria as análises limitadas.

A partir daí, ele chama atenção para a comunicação não se restringir aos meios, mas, segundo ele, ela está acontecendo também numa missa, numa festa, numa escola, numa feira ou num supermercado. Daí seu interesse em alterar o foco de análise da comunicação bem como em incluir novos objetos.

O CARÁTER TENTATIVO

Pretendemos aqui, portanto, tratar tanto as fotografias quanto o filme a serem analisados não como mídias submetidas ao *bios midiático* no sentido restrito de Sodré, mas como mediadores. Acreditamos que o gesto da mediação é produtivo, não é neutro, nem tampouco submetido ao caráter estratégico da mídia, daí a possibilidade de atribuir a ele a possibilidade da produção de novas formas.

A mediação nesse caso é, portanto, uma operação, uma prática, que gera desdobramentos para a comunicação. Fazendo uma apropriação do pensamento de Bruno Latour (1994, p. 80), seria como se fotografia e filme se tornassem mediadores, "[...] ou seja, atores dotados da capacidade de traduzir aquilo que eles transportam, de redefini-lo, desdobrá-lo, e também de traí-lo. Os servos tornam-se cidadãos livres".

É sobre essa diferença, essa lacuna existente entre mediação e midiatização, que pretendemos localizar o caráter tentativo da comunicação, tal como manifesto por Braga. Se a comunicação é tomada como tentativa,

o caráter estratégico da midiatização fica colocado em suspenso em função da necessidade de se repensar as mediações envolvidas no processo da midiatização ao invés de considerar a midiatização como um dado *a priori*.

Tal como foi exposto, preferimos nos apoiar na abordagem de Braga (2007) que reconhece o fenômeno específico do *bios midiático* apenas como uma parte da chamada midiatização, processo interacional bastante mais complexo do que a noção do *bios midiático*. O processo de midiatização, descrito por Braga (2007), apresenta lacunas e justamente em meio às lacunas do processo de midiatização – e na contra-mão do *bios* midiatizado – parece haver espaço para reivindicar um outro lugar para a mediação. Em nota de rodapé, Braga (2007, p. 159) chega a sugerir que se relacione as lacunas próprias desse processo "[...] não à hegemonia das mídias, mas à interacionalidade social – cuja ultrapassagem deve ser reinvindicada pelo mundo da vida".

A ideia de midiatização concebida por Braga (2007) diz respeito a um processo interacional a caminho para se tornar o processo de referência[8] – o que corresponde a dizer que o processo não está estabelecido e sim, em fase de implantação.

Para Braga (2010), nem todo programa comunicacional humano aposta nos controles voltados para a univocidade, nem para códigos rigorosos. Ele caracteriza os fenômenos comunicacionais como tentativos por dois aspectos. Primeiramente, por serem probabilísticos (existe uma margem, maior ou menor, de ensaio-e-erro; alguma coisa relativamente previsível pode acontecer) e também por serem aproximativos (comportam com maior ou menos precisão, há uma incerteza, uma ausência de controle).

De acordo com o autor (2010), existe um âmbito em que podem ocorrer processos comunicacionais efetivamente raros, os quais ele denomina

8 Segundo Braga (2007), o processo ainda apresenta incompletudes estruturais, tais como: a necessidade de rearranjar campos ou setores sociais, ainda em construção; a dificuldade de estabelecer papéis sociais visivelmente situados na sociedade; a ausência de claras articulações de subsunção; as lacunas no processo de legitimação; a ausência de modos sustentáveis, relevantes, flexíveis, produtivos e generalizados de socialização; os problemas de circulação, de retorno e de resposta social.

de comunicação-comunhão. A comunicação é bem-sucedida quando ocorrem trocas interpessoais entre o eu e o outro, quando há articulação, integração, vinculação e reconhecimento mútuo. "Não se pode negar o valor desta busca dos lugares de forte exigência ética, estética, psicológica e cultural da comunicação como processo do encontro, da *comunicação rara.*" (BRAGA, 2010, p. 69, grifo do autor) E é na vida cotidiana – frequentemente desencontrada, conflituosa, agregadora e marcada por casualidades – onde surgem os raros lampejos de encontro com o mundo e com os outros. Exatamente pelo seu caráter tentativo (com dimensão contínua, com graus, níveis e direções variáveis de atingimento), que não podemos afirmar que a comunicação se realizará ou não.

Mesmo não desconhecendo a presença de elementos codificados em toda interação, Braga (2010) acredita que os processos mais sutis e menos controláveis, não codificados (som, imagem, gesto) devem ser enfatizados. Essas condições extralinguísticas do pensamento, das relações entre os participantes requerem um processo ativo (inferências) para completar a comunicação.

Acreditamos, assim como Braga (2010), na possibilidade de refletir sobre a prática comunicacional como um processo inferencial abdutivo[9] e estabelecer outras formas de comunicação, que escapem dos limites da linguagem estruturada e estabelecem suas interações por processos sensíveis. O sensível constitui a essência do processo comunicativo e está vinculado à ideia de partilhar a existência com o outro. Por outro lado, discordamos de Sodré (2006), quando ele afirma que a dimensão sensível[10] hoje é invocada na forma de uma estesia generalizada. Não estamos querendo sugerir uma resistência ao *bios midiático*. Mas acreditamos que

---

9 Braga (2010, p. 76) entende que o processo inferencial abdutivo é sempre tentativo, "[...] pois não há limite para o acréscimo de novos dados e outros aspectos contextuais, que levem a reformulação da hipótese."

10 Sodré (2006, p. 46) define o sensível na sociedade como, "um tipo de trabalho feito de falas, gestos, ritmos e ritos, movido por uma lógica afetiva em que circulam estados oníricos, emoções e sentimentos."

as potencialidades da mediação são mais amplas do que permite pensar uma perspectiva determinista e exclusivamente interessada nos meios, como a do autor.

FAIT:[11] IMAGENS TENTATIVAS

Para testar as características do que chamamos de processo tentativo, recorremos a objetos empíricos pertencentes ao campo da fotografia e do cinema: 1) o livro de fotografias *Fait* (2009), de Sophie Ristelhueber; 2) o filme *Juventude em Marcha* (2006), de Pedro Costa. Percebemos, nesses trabalhos, formas de escritas visuais que escapam ao *bios midiático* e que, de alguma forma, são capazes de proporcionar ao espectador experiências além das preestabelecidas na grande mídia.

Começaremos com a fotografia, mais especificamente, com as imagens da Guerra do Kuwait, produzidas pela fotógrafa francesa Sophie Ristelhueber (1949-) e reunidas no livro *Fait* (2009), que vemos como uma proposta singular de reflexão sobre a guerra. Se, de acordo com Debord (1997), o espetáculo é a expropriação da potência de vida, quais eventos de linguagem podem devolver a sua potência?

Entendemos que até mesmo em fotografias sobre a guerra – que geralmente carregam uma estética pré-concebida para causar grande impacto – é possível observar novas escritas fotográficas, capazes de suscitar questões relacionadas às barbaridades dos conflitos no mundo contemporâneo. Além das fotografias de Sophie Ristelhueber, também se enquadram nesta proposta, os trabalhos recentes do francês Luc Delahaye (1962-)[12]e

11 Não foi possível adquirir os direitos de reprodução das imagens de *Fait (2009).* A visualização parcial do livro está disponível na internet em: <http://www.photoeye.com/bookstore/citation.cfm?catalog=ZD561&i=&i2=>

12 Didi-Huberman (2008, p. 59) ressalta que depois de ter passado grande parte de sua vida como repórter fotográfico, Delahaye desviou seus documentos baseados no real para buscar imagens que pensam.

do alemão Thomas Dworzak (1972-)[13] que abandonaram o mundo dos acontecimentos preconfigurados pela imprensa, em busca de um outro tipo de discurso visual.

Fait (2009) traz uma série de 71 imagens feitas no deserto do Kuwait, em circunstâncias de insegurança, embate, intranquilidade e relacionadas à lógica do vestígio, concebida por Walter Benjamim (1996). Paisagens de lugares de guerra, aéreas ou de solo, em cor e em preto-e-branco aparecem nas fotografias de Ristelhueber de forma fragmentada, como fissuras na imagem. São rastros de tanques, crateras de bombas, marcas de batalhas que também podem ser vistas como vestígios de história, que a fotógrafa chama de detalhes do mundo.

A artista, recolhedora e organizadora de vestígios, empenhou-se na missão de reconstituir os acontecimentos, de nutrir nossa capacidade de olhar para o que comumente não prestamos atenção. Desse modo, as imagens do livro lidam com dimensões não visíveis de conflitos e, como uma metonímia, permitem que uma parte revele o todo. Os rastros, as lascas fortuitas do mundo recolhidas pela fotógrafa configuram-se, portanto, em uma perspectiva para observarmos a manifestação de uma forma de discurso visual de conflitos, menos consagrada, menos literal. (SONTAG, 2004, p. 84) Apostamos, nesse sentido, na existência de uma potência emancipatória na dimensão do sensível, do afetivo, do político e do estético.

As imagens-vestígios reunidas em *Fait* (2009) – que em francês significa fato ou o que foi feito – podem ser observadas pelo ponto de vista artístico e também como um importante documento (não-linear) dos rastros do conflito na região do Golfo Pérsico. Fugindo da foto-choque[14] e do que Susan Sontag (2003) denominou iconografia do sofrimento, a artista cria uma linguagem

13 No livro *Taliban* (2003), Dworzak mostra uma coletânea de fotografias de membros do *Taliban*, que haviam posado secretamente em quartos de fundo dos estúdios. Os retratos, retocados, colorizados e com fundos decorados, foram tirados em novembro de 2001 e posteriormente coletados e publicados por Dworzak.

14 Termo usado por Margarita Ledo (1998) para definir a foto traumática, feita para causar impacto, para chamar a atenção do observador.

própria, por onde consegue religar o trauma vivido no passado e ameaçado de desaparição a um índice do futuro, a clamar por redenção.

Fait (2009) apresenta uma coletânea de imagens estruturadas de maneira pouco convencional, que caracterizamos como probabilísticas e imprecisas, e, portanto, tentativas. Primeiramente, podemos dizer que as fotografias se enquadram no processo tentativo, porque Ristelhueber está menos interessada em provocar impacto instantâneo do que em construir imagens que abram caminho para o discurso crítico. Para além das fotografias factuais preponderantes no *bios midiático*, o livro não oferece histórias, não há atribuições, nem conclusões, tornando patente a nossa dificuldade em determinar o que vemos. As imagens da obra podem se prestar a nada e a tudo, dependendo do modo de olhar. Segundo observação de Didi-Huberman (2008, p. 61, tradução nossa), fotógrafos como Sophie Ristelhueber correspondem antes de mais nada à vontade de subverter e de reinventar o documental de guerra.

> Uma artista como Sophie Ristelhueber, que anteriormente trabalhou no mundo do fotojornalismo – foi assistente de Raymond Depardon – conduz hoje esse valor de uso do documento até um ponto de intensidade de tal forma que cada fotografia parece manifestar tanto o silêncio do acontecimento como o grito de sua marca.[15]

Percebemos que a experiência da guerra testemunhada por Ristelhueber se inscreve em suas imagens da maneira precária, distante da temporalidade do acontecimento. Não há nenhuma garantia sobre a forma como essas fotografias serão interpretadas. São apenas vestígios transformados em imagens no percurso da fotógrafa pelas ruínas que, nas palavras de Olgária Matos (1998, p. 84), são impregnadas de ruídos

15 "Una artista como Sophie Ristelhueber, que anteriormente trabajó en el mundo del reportaje gráfico - fue asistente de Raymond Depardon - conduce hoy ese valor de uso del documento hasta un punto de intensidad tal que cada fotografía parece manifestar tanto el silencio del acontecimiento como el grito de su huella. "

e lembranças. “Em meio ao desaparecimento, são guardiãs do imperecível. São vestígios do invisível.”

Ainda de acordo com Braga (2010, p. 72), o processo tentativo não refere-se exclusivamente à proposta comunicacional do enunciado, mas também a do receptor, cuja busca “[...] seria a de interpretar em função de sua visada cultural, desmontando manejos ou sutilezas da mensagem que o possam enganar.” Do mesmo modo, os processos estéticos, afetivos e comportamentais entram em jogo “[...] justamente com a *tentativa* e a imprecisão na expectativa de gerar sintonias não baseadas na univocidade e sim na potencialidade de acordes compostos entre os participantes.” (BRAGA, 2010, p. 75-76, grifo do autor)

Tentamos uma aproximação do pensamento de Braga (2010) à proposta de Rancière (2010) de um espectador emancipado, que é exemplificada através do teatro, mas válida também para a fotografia. Para Rancière (2010, p. 31), emancipar significa “[...] desmantelar a fronteira entre os que agem e os que vêem, entre indivíduos e membros de um corpo colectivo.” Assim, a emancipação é posta em prática quando se compreende que olhar é também uma ação que pode transformar a distribuição das posições. O espectador é aquele que observa, seleciona, compara, interpreta. É também aquele que liga o que vê com outras coisas que viu em outros espaços. Ele compõe o seu próprio poema com os elementos que tem à sua frente, por exemplo, associando uma imagem à uma história que leu ou que lhe foi contada.

Para Rancière (2010), a prática de traduzir a partir de traduções que os outros lhe apresentam, de colocar as suas experiências em palavras é um trabalho poético que está no cerne de toda a aprendizagem. Cada um tem o poder de traduzir à sua maneira o que percebe, de fazer ligações com seus conhecimentos singulares, o que os torna únicos e ao mesmo tempo semelhantes a todos os outros. Rancière (2010, p. 27):

> Este poder comum da igualdade das inteligências liga os indivíduos entre si, fá-los proceder à troca das suas actividades intelectuais, ao mesmo tempo que os mantém separados uns

> dos outros, igualmente capazes de utilizar o poder de todos para traçar o seu caminho próprio.

Acreditamos que as imagens de Ristelhuber têm essa potencialidade de levar os espectadores, distantes do acontecimento e dos lugares onde foram travadas as batalhas, a interpretar ativamente as imagens do livro. Diferentemente das fotografias convencionais de guerra, em *Fait* (2009), não há sangue, nem restos dilacerados, apenas estilhaços espalhados pelo deserto. O distanciamento das imagens do referente transforma-o em algo que já não é ele mesmo, conduzindo os espectadores a ver, sentir, compreender e fazer traduções à sua própria maneira. Segundo Rancière (2010) é preciso desfazer a ideia de papéis preestabelecidos, sair do domínio próprio e trocar os respectivos lugares e poderes. Por seu lado, pondera Rancière (2010), o artista também não quer impor, nem instruir o espectador. Quer somente produzir uma forma de consciência, uma intensidade de sentimento, uma energia para a ação.

Braga (2010, p. 76, grifo do autor) vê os processos inferenciais como problemas práticos, para os quais os participantes devem oferecer alguma solução:

> Se a interpretação (leitura) é necessária e variada mesmo nas trocas mais simples, é porque a comunicação não é feita só de acionamento de códigos – mas envolve, estruturalmente, uma parte de inferências abdutivas, não calculada em abstrato e não *totalmente* calculável nas situações concretas.

De acordo com Braga (2010), essas inferências – direcionadas de acordo com os códigos acionados (linguísticos, culturais, institucionais) – incidem sobre o código,[16] e a longo prazo, ou conforme a intensidade ou o

16 Braga (2010) atenta para o cuidado de evitarmos uma interpretação simples segundo a qual o código seria uma parte sólida, rigorosa; e a inferência, um componente tentativo meramente complementar. Até mesmo porque os códigos são também tentativos, pois se produzem por meio de interações concretas e estratégias acionadas.

grau de novidade da situação, acabam por modificar ou criar novos códigos, por transformação ou superação.

Em *Fait* (2009), a violência não é escancarada, mas por um viés mais oblíquo, pode ser percebida em imagens aéreas, cujas marcas deixadas sobre a terra parecem nos induzir à visões de cicatrizes ou ferimentos suturados de corpos. Essas fotografias, sem querer antecipar seus sentidos ou efeitos, são também formas de salvar, restituir, restaurar, retornar, rememorar o passado. Elas fazem parte de uma experiência histórica que permanece aberta, inacabada, à espera da redenção.

A obliquidade das imagens de Ristelhueber ao mesmo tempo em que evidencia a irrepresentabilidade dos horrores da guerra abre caminhos para o espectador problematizar, conforme sua percepção, um assunto que é sempre urgente. Ao observar as fotografias de *Fait*, o sujeito é capaz de reconfigurar as evidências do visível, sob um regime próprio de pressupostos e de suposições, o que Rancière (2010, p. 73) denomina de inteligência coletiva de emancipação.

> Reconfigurar a paisagem do perceptível e do pensável é modificar o território do possível e da distribuição das capacidades e das incapacidades. O dissentimento recoloca em jogo ao mesmo tempo a evidência do que é percebido, pensável e fazível e a repartição daqueles que são capazes de perceber, pensar e modificar as coordenadas do mundo comum. É nisso que consiste um processo de subjectivação política: na acção de capacidades não calculadas que vêm fender a unidade do dado e a evidência do visível para desenhar uma nova topografia do possível.

JUVENTUDE EM MARCHA: COMUNICAÇÃO E POLÍTICA

Se, em *Fait*, as imagens fotográficas de Sophie Ristelhueber operam por distanciamento, captando os vestígios dos acontecimentos ao invés de enquadrar os acontecimentos em si, o filme *Juventude em marcha*, do cineasta português Pedro Costa (1959-) opera por aproximação, apanhando

de perto a expressividade dos rostos, o nascimento dos gestos e a temporalidade das falas reticentes dos sujeitos filmados. Ao conviver cotidianamente, desde 1997 até os dias de hoje, com um grupo de imigrantes cabo-verdianos moradores do bairro das Fontainhas, situado na periferia de Lisboa, Costa realiza, com a participação deles, três filmes (*Ossos*, 1997, *No Quarto da Vanda*, 2000 e *Juventude em marcha*, 2006) além de um quarto filme em andamento. Onde as representações midiáticas identificam miseráveis, drogados, marginais, emigrantes ou simplesmente grupos minoritários, Pedro Costa se propõe a uma outra prática, de caráter tentativo, em que a experiência sensível perpassa os modos de viver e conviver partilhados por seus colaboradores.

Juventude em Marcha (2006) é um filme realizado em um momento em que os moradores das Fontainhas estão sendo transferidos para um conjunto habitacional. Há ainda no filme a persistência do bairro das Fontainhas, que surge sob a forma de ruínas por onde circulam os personagens do filme. Esses espaços são associados a sequências rodadas dentro dos apartamentos populares para onde eles estão se mudando. Há uma contraposição entre, de um lado, os restos das casas e becos da calorosa Fontainhas já em processo de demolição e, do outro, o ambiente claustrofóbico e asséptico dos apartamentos populares com suas paredes brancas.

Pedro Costa faz uso de elementos cênicos que sublinham a artificialidade que cerca a presença daquelas vidas naquele novo lugar supostamente projetado para elas. Os lustres, os abajures, os sofás e poltronas são postos em cena sempre como elementos pontuais que sutilmente nos revelam a descontinuidade, a inadequação entre as vidas vividas pelos personagens que conhecemos das Fontainhas – a partir do contato com os dois primeiros filmes de Pedro Costa rodados inteiramente no bairro – e a realidade arquitetada do conjunto habitacional.

Além dos elementos cênicos, o figurino austero e as falas, que são dadas de maneira repetida evocando muitas vezes a memória afetiva dos

personagens, nos mostram que a inclusão dos sujeitos filmados dentro de uma determinada cena – nesse caso a cena de uma política pública que parece querer dar uma vida melhor para aquelas pessoas – não acontece sem estranhamentos. Ou talvez essa inclusão nos mostre exatamente como esses personagens e seus corpos parecem, do ponto de vista do sensível, alheios ao próprio projeto que os transfere de um lugar para o outro. Os corpos que são alheios à política do Estado são acolhidos pela ficção do filme. O cinema se converte em um lugar criado para abrigar as coisas que não têm lugar no mundo, que não são ouvidas.

No artigo *Política de Pedro Costa* (2009), Jacques Rancière demanda que se entenda o cinema de Pedro Costa como uma política e enuncia de saída a questão: como pensar a política dos filmes de Pedro Costa? A política que Rancière (2009) vai descrever nesses filmes não está no fato do cineasta se dirigir aos pobres, nem no fato dele inscrever a vida dos miseráveis dentro de uma paisagem capitalista contemporânea da qual estão expropriados. O político não é tampouco uma evocação de outro futuro mais justo para o coletivo filmado ou a possibilidade de lançar mão formalmente da precariedade das vidas filmadas para transformá-las em objetos estéticos. Após descartar essas várias acepções do político, coloca uma segunda questão: "[...] que política é essa que toma como seu dever registrar, durante meses e meses, os gestos e as palavras que refletem a miséria de um mundo?" (RANCIÈRE, 2009, p. 55)

Trata-se de uma política que surge no aquém do político, antes do político, naquele lugar em que se insinua uma ligação envolvendo a vida do cineasta e as vidas das pessoas a partir da situação de encontro proporcionada pelo filme. Nesse momento, a política não é ainda representação, nem conceito ou forma, ela é uma convocação que faz com que o cineasta tome como seu dever filmar as pessoas contando suas vidas.

A *política de Pedro Costa* tal como está formulada por Rancière (2009), portanto, distancia esse cinema dos procedimentos e dos regimes de visibilidade propostos pela mídia, como se o diretor de algum modo estivesse,

com seus filmes, inventando ou tentando uma outra política, o que justificaria ao final a pergunta do autor: "que política é essa?"

Segundo Rancière (2009, p. 54), o cineasta não estaria nas Fontainhas com a finalidade de fazer um novo filme, mas para "[...] ver viver os seus habitantes, ouvir-lhes a palavra, apreender-lhes o segredo". O fundamento, o princípio desse cinema está dado, portanto, na relação entre Pedro Costa e os sujeitos filmados e na relação dos sujeitos filmados entre eles, antes mesmo de acionar seja um conceito de política, seja uma convencionalidade qualquer no uso dos meios, gêneros e formatos midiáticos.

> Pedro Costa diz as coisas de outra maneira: da paciência da câmara – que vem filmar todos os dias mecanicamente as palavras, os gestos e os passos, já não para 'fazer filmes', mas como um exercício de aproximação ao segredo do outro – deve nascer no ecrã uma terceira figura, uma figura que já não é nem o autor, nem Vanda, nem Ventura [personagens dos filmes No *Quarto da Vanda* e *Juventude em marcha*, respectivamente], uma personagem que é e não é estranha às nossas vidas. (RANCIÈRE, 2009, p. 62)

Nesse caso o que interessa ao filme não é exatamente fazer com que os espectadores se identifiquem com o drama dos personagens, como acontece nas narrativas cinematográficas clássicas, mas provocar no espectador a experiência de estranheza referente à coexistência entre a distância que nos separa deles e ao mesmo tempo a proximidade como suas vidas nos convocam.

Essa proposta política identificada por Rancière (2009) no cinema de Pedro Costa, que leva em conta a experiência sensível dos sujeitos filmados e dos espectadores, levou-nos a caracterizá-la como uma forma de comunicação que escapa à estesia generalizada causada pelo *bios midiático* (SODRÉ, 2008), assim como, observamos, nesse objeto, componentes tentativos que vão de acordo com o pensamento de Braga (2010).

A intenção de Pedro Costa não é outra senão apostar na vida cotidiana de seus personagens. É a partir dos encontros dos personagens entre eles

e com o cineasta que o filme se abre para o mundo. Desse modo, a partir da formulação de Braga (2007, p. 159) é possível relacionar as lacunas próprias do processo de midiatização "à interacionalidade social", própria do mundo da vida.

Os filmes de Pedro Costa são tentativos (BRAGA, 2010) no sentido de que são derivados da matéria imponderável de que são feitos os encontros, onde não se sabe de antemão o que pode acontecer. Há sempre uma ausência de controle, uma imprecisão, uma incerteza, que é exatamente o que permite dar a ver a singularidade das vidas filmadas ao invés de tomá-las como exemplares de categorias elaboradas *a priori*. A aposta é feita no sensível do processo comunicativo e está sempre vinculada à ideia de partilhar a existência com o outro.

No filme *Juventude em marcha*, o trabalho de Pedro Costa é deflagrado a partir da relação que ele mantém com Ventura. Além de ser personagem central do filme, Ventura é também alguém que participa da criação das células ficcionais do filme, exemplo disso seria a carta de Ventura,[17] escrita por ambos em parceria e que é um texto dado por Ventura em várias situações diferentes do filme. Sobre a experiência do filme, Pedro Costa (2010) diz o seguinte:

> Faço meus filmes para o Ventura, sabendo que ele – ou outros também – provavelmente não vão querer esses filmes. A carta [de Ventura] é um pouco isso, são as coisas que ele quer e são as

---

17 Reprodução da carta de Ventura: "Nha cretcheu, meu amor, o nosso encontro vai tornar a nossa vida mais bonita por mais trinta anos. Pela minha parte, volto mais novo e cheio de força. Eu gostava de te oferecer 100.000 cigarros, uma dúzia de vestidos daqueles mais modernos, um automóvel, uma casinha de lava que tu tanto querias, um ramalhete de flores de quatro tostões. Mas antes de todas as coisas bebe uma garrafa de vinho do bom, e pensa em mim. Aqui o trabalho nunca pára. Agora somos mais de cem. Anteontem, no meu aniversário foi altura de um longo pensamento para ti. A carta que te levaram chegou bem? Não tive resposta tua. Fico à espera. Todos os dias, todos os minutos, aprendo umas palavras novas, bonitas, só para nós dois. Mesmo assim à nossa medida, como um pijama de seda fina. Não queres? Só te posso chegar uma carta por mês. Ainda sempre nada da tua mão. Fica para a próxima. Às vezes tenho medo de construir essas paredes. Eu com a picareta e o cimento. E tu, com o teu silêncio. Uma vala tão funda que te empurra para um longo esquecimento. Até dói cá ver estas coisas mas que não queria ver. O teu cabelo tão lindo cai-me das mãos como erva seca. Às vezes perco as forças e julgo que vou esquecer-me." (BUTCHER, 2010)

> coisas que eu quero, combinadas. E também coisas que eu não quero, mas que tenho que aceitar, e coisas que ele não quer, mas que tem que aceitar. É importante isso: há coisas no filme que o próprio Ventura não gosta. Por isso não é nada documentário. É bom, às vezes, ter coisas com as quais você não concorda. Somos muito limitados, eu, tu. É sempre tu na relação com outra coisa – e isso é que é difícil.

César Guimarães (2006, p. 39) afirma que ao invés de simplesmente retirar determinados grupos ou sujeitos da invisibilidade ou do domínio indiferenciado do qualquer um para fixar uma particularidade determinada, o papel do cinema, especialmente o cinema documentário, é o de problematizar os vários sistemas de representações que compõem o mundo em que vivemos. Guimarães explica que ao produzir a mediação entre nós e o outro, o cinema, mais do que um produtor de representações sociais, é "[...] um analisador dos sistemas de representação que sustentem nossas crenças, valores e práticas compartilhadas".

A partir daí, ele sugere assimilar e prolongar sob outros termos as questões relativas à conquista de visibilidade e à disputa pelo controle das representações através da "singularidade como figura lógica e categoria estética". (GUIMARÃES, 2006, p. 41)

O que Guimarães (2006, p. 46) propõe é que o próprio cinema trabalhe para questionar as representações e, a partir daí, perceber a singularidade com que uma vida pode aparecer dentro de um filme. O autor acredita que é preciso olhar não apenas para dentro do filme, para sua escritura, mas para a forma como o filme se relaciona com o mundo vivido e com os sistemas de representação.

> Afastado da visibilidade às vezes excessiva, quase ofuscante, alcançada pela agonística das identidades na esfera pública, longe igualmente de tantos gestos de afirmação das identidades políticas (tão necessários para expor as desigualdades que fraturam as comunidades a que pertencemos), o documentário também reserva lugar para aquelas vidas que continuam a passar em segredo, e é por pouco que não perdemos seus vestígios, quase

> indeléveis, impressos como marca d'água no tempo, mas cuja duração o filme preserva, e assim fazendo, salva, redime.

Juventude em Marcha, assim como os outros dois filmes do cineasta português rodados nas Fontainhas, são mediações que produzem essa marca d'água no tempo. Trata-se de um cinema que consegue de alguma forma abrigar as vidas que passam em segredo. E, ao abrigar vidas e experiências, que não têm lugar no *bios midiático*, *Juventude em Marcha* propõe uma crítica à forma como o mundo onde vivemos é constituído, suas regras, valores e preconceitos, ao invés de nos apresentar uma representação encerrada. Para esse cinema, mais importante do que forjar uma imagem generalizante do morador da periferia de Lisboa, que possa de forma conclusiva representá-lo, é examinar as formas como nos relacionamos com eles através do trabalho da imagem, através da mediação.

É a impossibilidade de resolver, de traduzir em termos dados, que talvez faça os filmes do cineasta tão ricos do ponto de vista dos sentidos que conseguem alcançar, dando conta da riqueza das vidas filmadas, algo que foge ao plano de qualquer política dada, foge ao escopo da midiatização, permanece intratável e indica a necessidade de invenção da política e da comunicação. Imagem tentativa, tentativa de uma outra política.

CONCLUSÃO: UMA NOVA PAISAGEM DO POSSÍVEL

Procuramos aqui problematizar os conceitos de midiatização e mediação buscando aferir suas potencialidades a partir de um *corpus* extraído da fotografia e do cinema. Contrastamos a noção de *bios midiático* com a perspectiva da midiatização proposta por José Luiz Braga e mostramos como ela impõe um dano ao desconsiderar as lacunas presentes nos conceitos, como também em tratar os meios dentro de uma perspectiva determinista e estratégica, eliminando assim a possibilidade de conceder a eles um novo uso. Tanto um aspecto quanto o outro são condições de possibilidades para que possamos pensar a mediação de uma maneira mais ampla.

Enfim, a comunicação tentativa, proposta por Braga (2010), nos deixa a esperança de que ainda há espaço para novas experiências sensíveis que vão além da imagem-mercadoria, característica do quarto *bios*, descrito por Sodré (2008).

Nas fotografias da Guerra do Kuwait de Ristelhueber, a tentativa de comunicação corresponde a buscar uma forma de evidenciar o tema, distinta das imagens convencionais de conflitos e baseada na produção de imagens imprecisas, imprevisíveis, porém, capazes de causar algum tipo de transformação. São exatamente nas imagens oblíquas, enviesadas, como as de *Fait*, que encontramos a possibilidade de ressignificação e reflexão do passado.

No filme *Juventude em marcha* (2006) do cineasta Pedro Costa, percebe-se a busca para estabelecer uma relação com as pessoas filmadas. É a partir daí que se vai elaborar a forma do filme, dando conta da riqueza das vidas filmadas, sem, no entanto, revelar-nos seus segredos, que permanecem obscuros. A comunicação tentativa, que permite fugir à midiatização, aqui se identifica com uma aposta na aproximação ao cotidiano, aos encontros e à interacionalidade social. (BRAGA, 2010)

No contato com essas imagens reside a possibilidade de emancipação de cada espectador. Como Rancière (2010, p. 151), acreditamos que enquanto espectadores, aprendemos e ensinamos, agimos e conhecemos, ligamos constantemente o que vemos com aquilo que já vimos, fizemos ou sonhamos. Dessa forma, enxergamos uma nova confiança na capacidade política das imagens, que "[...] não fornecem armas para os combates. Contribuem, sim, para desenhar configurações novas do visível, do dizível e do pensável, e, por essa via, uma nova paisagem do possível."

É exatamente na fabricação das mediações que reside o grande mérito de Sophie Ristelhueber e Pedro Costa. Não se trata, portanto, de uma fotografia e de um cinema puristas, mas de uma prática da imagem que entende o campo das mediações como um campo de disputa do sensível,

um campo a ser forjado, criado, experimentado, mas nunca um campo minado pelas estratégias da midiatização.

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política*: ensaios sobre literatura e história da cultura. Obras Escolhidas; v.1. Tradução de Paulo Sérgio Rouanet. 10. ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.

BENSUSSAN, Gérard. *Ética e experiência*: a política em Lévinas. Trad. Ozanan Carrara. Passo Fundo: IFIBE, 2009, p. 41-66.

BUTCHER, Pedro. Documentar uma sensibilidade humana. *Revista Cinética*, 2010. Disponível em: <http://www.revistacinetica.com.br/entpedrocosta.htm>. Acesso em: 25 abr. 2012.

BRAGA, José Luiz. Mediatização como processo interacional de referência. In: MÉDOLA, Ana Sílvia Lopes Davi; ARAÚJO, Denize Correa; BRUNO, Fernanda (Org.). *Imagem, visibilidade e cultura midiática*: livro da XV Compós. Porto Alegre: Sulina, 2007. p. 141-167.

______. Nem rara, nem ausente – tentativa. *Matrizes*, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 65-81, jul./dez. 2010.

COSTA, Pedro. *O Cinema de Pedro Costa*: catálogo da retrospectiva. Belo Horizonte: Associação Filmes de Quintal, 2010.

DAVALLON, Jean. A mediação: a comunicação em processo? *Prisma.com*. Revista de Ciências da Informação e da Comunicação do CETAC. Porto, Portugal, n. 4, jun. 2007. Disponível em: <http://prisma.cetac.up.pt/A_mediacao_a_comunicacao_em_processo.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2012.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. São Paulo: Contraponto, 1997.

DIDI-HUBERMAN, Georges. La emoción no dice "yo". Diez fragmentos sobre la libertad estética. In: JAAR, Alfredo. *La política de las imágenes*. Santiago: Editorial Metales Pesados, 2008.

DWORZAK, Thomas. *Taliban*. Grã Bretanha: Trolley, 2003.

GRENIER, Catherine. *Sophie Ristelhueber. La guerre intérieure*. Dijon: Les Presses Du RÉEL, 2010.

GUIMARÃES, César. A singularidade como figura lógica e estética no documentário. *Alceu*. Revista de Comunicação, cultura e política. v. 7, n. 13, jul./dez. 2006.

______. O documentário e os banidos do capitalismo avançado de consumo. *Revista*

Cinética, 2007. Disponível em: <http://www.revistacinetica.com.br/cep/cesar_guimaraes.htm>. Acesso em: 25 abr. 2012.

JUVENTUDE EM MARCHA. Direção e roteiro: Pedro Costa. Produção: Francisco Villa-Lobos. Intérpretes: Ventura, Vanda Duarte, Beatriz Duarte, Gustavo Sumpta, Cila Cardoso, Isabel Cardoso, Alberto Lento Barros. Portugal: Ventura Film, Contracosta Produções, Les Films de L'Etranger, 2006. 1 bobina cinematográfica (155 min.), son., color., 35 mm.

LATOUR, Bruno. *Jamais fomos modernos*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1994.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Os métodos: dos meios às mediações. In: ______. *Dos Meios às mediações*: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; BARCELOS, Claudia. Comunicação e mediações culturais. *Diálogos Midiológicos* 6, v. 23, n. 1, p. 151-163, jan./jun. 2000.

MATOS, Olgária. *Vestígios*: escritos de filosofia e crítica social. São Paulo: Palas Athena, 1998.

RANCIÈRE, Jacques. *O Espectador emancipado*. Lisboa: Orfeu Negro, 2010.

______. Política de Pedro Costa. In: CABO, Ricardo Matos. *Cem mil cigarros*. Os filmes de Pedro Costa. Lisboa: Orfeu Negro, 2009.

RISTELHUEBER, Sophie. *Fait*. Nova Iorque: Books on Books, 2009.

______. *Details of the world*. Boston: MFA Publications, 2002.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho*: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Editora Vozes, 2008.

______. *As estratégias sensíveis*: afeto, mídia e política. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

SONTAG, Susan. *Diante da dor dos outros*. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2003.

______. *Sobre fotografia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2004.

THE TRUMAN SHOW. Direção: Peter Weir. Roteiro: Andrew Niccol. Produção: Edward S. Feldman, Andrew Niccol, Scott Rudin e Adam Schroeder. Intérpretes: Jim Carrey, Ed Harris, Laura Linney, Noah Emmerich, Natascha McElhone, Holland Taylor, Brian Delate, Blair Slater, Peter Krause, Heidi Schanz, Ron Taylor, Don Taylor, Paul Giamatti, Philip Baker Hall. [S.l.]: Paramount pictures, 1998. 1 bobina cinematográfica (102 min.), son., color., 35 mm.

Midiatização da enfermidade de Lula

sentidos em circulação em torno de um corpo-significante

ANTÔNIO FAUSTO NETO

NOTAS INTRODUTÓRIAS

"*Dona Marisa corta cabelo e barba do ex-presidente Lula. Na tarde de hoje (16) o ex-presidente Luis Inácio Lula da Silva raspou a barba e o cabelo, antecipando a queda causada pela quimioterapia usada em seu tratamento contra o câncer da laringe. Dona Marisa Letícia cortou cabelo e fez a barba do ex-presidente*" (Instituto Lula, 16.11.2011).

Numa mensagem de tamanho próximo às veiculadas pelo twitter, o Instituto Lula (IL), anuncia pelo seu site, emblemático momento do processo de midiatização da enfermidade do ex-presidente Lula. Mensagem acompanhada por imagens feitas pelo seu fotógrafo oficial não é apenas um mero registro de um acontecimento relacionado com a rotina do recém-tratamento iniciado pelo ex-presidente. Mais que isso, é uma complexa operação que visa a construir, nos moldes midiáticos, a antecipação dos efeitos da quimioterapia a que se submete o ex- presidente. Sua barba e cabelo são raspados, segundo cena pública, na qual Lula e sua mulher são coadjuvantes de um ato de midiatização realizado por uma instituição política. O acontecimento não é uma operação feita pelo âmbito jornalís-

tico, mas regras daquele tipo de discurso são apropriadas pelo IL. Seu principal efeito de sentido é mostrar que os acontecimentos escapam às mediações, até então organizadas por "falas intermediárias", como as do campo midiático. Uma das hipóteses aqui propostas é a de que através desta estratégia de midiatização de enfermidade de Lula o campo político desloca para sua competência a vocação mediadora intrínseca às práticas jornalísticas, enquanto "elo de contato" entre as instituições e os atores sociais. Esta complexa intervenção que o campo político faz em termos midiáticos, sobre o corpo do presidente, envolve também operações de diferentes práticas sociais no contexto da midiatização, enquanto um "novo entorno que se chama tecnocomunicativo". (MARTÍN-BARBERO, 2009b, p. 19) Dialogamos com os conceitos inspiradores deste livro, segundo preocupação que enfatiza que os acontecimentos são tecidos hoje no contexto da midiatização no qual as mediações, enquanto praticas sociais, são afetadas por uma nova arquitetura comunicacional.

Enquanto práticas diversas, ao serem atravessadas por lógicas comunicacionais, as mediações encontram "seus modelos de comunicação em meios e nas tecnologias massivas". (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 31) É neste contexto, também definido por *bios midiático* (SODRÉ, 2006) que as práticas sociais, como é o caso da política, se deixam penetrar e afetar "pela materialidade significante de que está feita a interação social". (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 36)

O acontecimento mediado na "sociedade dos meios"

Recorremos a um elemento contextual, em termos comparativos para entender a estratégia em estudo, trazendo a publicização da doença e morte do ex-presidente Tancredo Neves (FAUSTO NETO, 1988a), que ocorre no contexto da "sociedade dos meios". Fazendo um rápido paralelo entre a noticiabilidade daquele acontecimento sobre doença e morte do ex-presidente Tancredo Neves e a enfermidade de Lula, observa-se que no primeiro caso o acontecimento envolveu práticas (mediações) de vários campos

estando, porém, subordinadas àquelas de natureza midiática. Couberam às práticas e "peritos" midiáticos, especialmente as jornalísticas, desenvolve a "tarefa explicativa" de fazer chegar o caso à sociedade. A ênfase neste tipo de mediação caracterizou-se através da performance de um porta-voz, ao mediar por relatos, ao longo de 40 dias, sobre a doença de Tancredo Neves; fazia a "ponte" entre o mundo médico e a sociedade, segundo relatos destinados, de modo mais imediato, para as mídias. Sua atividade discursiva teve um grande papel, considerando a situação do presidente. Vários discursos surgem sobre ele, vindos dos vários campos sociais, que tratam de transformá-lo em vários objetos. Mas todos eles se afunilam para a mediação do porta-voz. Seus relatos se constituíam na única manifestação por onde o acontecimento escoava para a sociedade. A única exceção foi o momento no qual o médico oficial de Tancredo ocupa o lugar do porta voz com intuito de oferecer alguma novidade aos repetidos relatos do porta voz oficial. Mas isso ocorreu sem prejuízo da lógica da estrutura sobre a qual se assentava o "lugar de fala" do porta voz. Sabe-se que tal lugar foi instituído pelo campo político, mas cujo ritual – que se edifica sob as heranças jornalísticas – permaneceu aprisionando discursos outros que poderiam produzir sentidos distintos acerca deste caso, como foi o caso da performance médica. Para que o porta voz se constitua em mediação, recebe delegação de um outro campo para representá-lo discursivamente. Mas, tal mediação-delegada se faz, em meio a riscos, na medida em que há situações nas quais ele não pode sustentar a palavra que lhe foi incumbida. (FAUSTO NETO, 1988b) O caso acima descrito é uma atividade de mediação típica da "sociedade dos meios" na qual os mídias, suas operações e seus *experts,* aparecem como instância INTERMEDIÁRIA entre as diferentes práticas dos outros campos sociais. Nela, os meios "constituem numa espécie de espelho donde a sociedade industrial se reflete e pela qual se comunica. O essencial deste imaginário é que marca uma fronteira entre uma ordem que é do "real" da sociedade (sua ordem que é da representação, da reprodução e que progressivamente se ocupou dos meios".

(VERÓN, 2004, p. 14) O acontecimento assim funciona sobre lógica que repousa nas "mediações dos meios". (MARTIN-BARBERO 2009a. p. 153).

O acontecimento no contexto da "sociedade em midiatização"

A publicização da enfermidade de Lula acontece numa outra ambiência comunicacional, na qual tecnologias se convertem em meios, afetando não só a organização social, mas práticas dos diferentes campos. Trata-se de uma mudança no próprio "entorno comunicativo" na medida em que a cultura, lógicas e operações de mídias se disseminam por todas as práticas sociais, ainda que de modos específicos. Este contexto chamado de midiatização é aquele no qual o funcionamento das instituições e de suas práticas são diretamente afetadas pela presença dos meios e de suas lógicas e operações.

Isso ocorre através de processos de afetações – técnicas, sociais, discursivas – que se impõem a todos os campos sociais, gerando vários efeitos, dentre eles, transformações nas estruturas e práticas de mediação, produzindo transformações que misturam diferentes práticas sociais, ou então fazem com que elas se apropriem de lógicas e operações de midiáticas, cujas transversalidades repercutem nas interações sociais. Uma vez que, todas as práticas – institucionais e individuais – estão atravessadas por efeitos das configurações desta nova ambiência, significa dizer que o acontecimento depende cada vez menos de uma "decisão soberana" de um campo e de sua respectiva atividade de mediação. Conforme propósito deste artigo, a midiatização enfraquece a natureza de algumas estruturas de mediação que ficam á deriva desta nova complexidade. O acontecimento resulta menos de uma decisão soberana do ambiente jornalístico porque é permeado por transações que envolvem o deslocamento das instituições e dos atores sociais na medida em que estes passam a ser "produtores" e gestores de um novo tipo de trabalho de produção de sentidos. O que nossa análise pretende mostrar é que com a midiatização da enfermidade do presidente Lula a instância da mediação se se comple-

xifica, pois diferentemente da configuração intermediária de até então – como a do porta-voz – está envolva numa teia de nós e de relações.

A decisão sobre a antecipação dos "efeitos da quimioterapia", por estratégias discursivas, é tomada no âmbito que escapam das rotinas produtivas jornalísticas, embora seja permeada por lógicas midiáticas, na medida em que sobre parte destas, se assenta a estratégia adotada pelo Instituto Lula. Mas o acontecimento não fica a deriva, nem tão pouco é disseminado pela força de uma mediação, como a do porta voz. Sua construção se submete a uma outra lógica: contrariar as "rotinas" enfrentadas pelas pessoas submetidas a tais terapêuticas. Ao invés de se esperar "pela ocorrência do acontecimento" (o registro da queda do cabelo e da barba, ocasionada pelos efeitos da medicação), "cria-se" o momento de sua manifestação. Produz-se a emergência do próprio corpo – significante segundo lógicas de natureza midiática. Este ato implica numa atividade que é feita a partir de uma modalidade de mediação de fundo mais complexo, e que não é acionada unilateralmente por estratégias apenas, de um determinado campo social, como por exemplo, a jornalística. Tal mediação não desaparece, mas seu poder de decisão sobre a sua existência e noticiabilidade do caso, é deslocado. Pertence ao campo político a possibilidade de gerir o acontecimento pelo fato do dominar as competências e lógicas midiáticas relacionadas com a midiatização da enfermidade de Lula. A mediação tem sua importância deslocada do âmbito de transmissão propriamente dita, para o da organização da estratégia e do seu discurso. É nele que as práticas – política e comunicacional – se contatam e se contaminam.

Destacadas observações que sinalizam alguns níveis de articulação destes conceitos, enfatizamos que as estratégias de midiatização de um acontecimento sem dúvida que se constituem tendo como pano de fundo a existência dos meios. Porém, ressalvamos que as mídias, através do seu campo profissional, não são mais a instância que engendraria, com exclusividade, processos de produção e de mediação dos acontecimentos. As afetações dos processos de midiatização fazem com que produtores e

receptores de discursos se desloquem para novos contextos difusamente definidos como de mediações. estes podem ser definidos como "zonas de interpenetração" (VERON, 2009), OU POR "processos interacionais de referência" (BRAGA, 2006), ou ainda de uma de intermedialidade; (MARTÍN-BARBERO, 2009a), cujas dinâmicas se impõem à gestação do acontecimento. Este novo quadro tecno-comunicativo-cultural tem relações diretas com as características do objeto aqui estudado, uma vez que sua singularidade contém condensações e especificidades da midiatização. Este novo quadro faz com que processos interacionais, orquestrados por "mediadores institucionais", se vejam atravessados por novas formas de "articulação de contatos" que enfraquecem as possibilidades do "poder dizer" unilateral de estruturas enunciativas centradas nas lógicas "fala intermediária". Particularmente, a midiatização da enfermidade do presidente Lula está associada ao aparecimento de novas interações ensejadas por este entorno no qual surgem novas "estruturas e construções enunciativas". O acontecimento aqui descrito mostra por suas marcas enunciativas que Lula é também um elo importante no interior desta estratégia, na qual é, ao mesmo tempo, sujeito e objeto. Sujeito que colabora com a estratégia e que é por sua atividade transformado em um "objeto dinamizado", segundo as operações discursivas. Em estudos outros que mostram a relação de Lula com a comunicação e as linguagens, mostra-se como se dá o trabalho de produção dos seus discursos, enquanto ato de contato com a sociedade. Intervinha nos textos seja na preparação junto com assessores, ou abandona, muitas vezes, discursos no momento mesmo em que proferia a sua alocução. É possível afirmar que Lula é um elo estratégico deste dispositivo que prepara sentidos para que outras discursividades deles se apropriem. Mas, seu trabalho se faz no âmbito de uma rede de linguagens, onde coenunciações operam. Mais do que enfatizar na figura do ex-presidente a importância de um mediador, enquanto um porta voz, seus discursos produzidos no contexto da "sociedade em midiatização" eram apanhados como fragmentos, de uma rede interdiscursiva. Esta reflexão

pretende mostrar que os fundamentos da estratégia de midiatização da enfermidade de Lula estão associados uma nova concepção de mediação que se assenta nas lógicas de meios, e não nos meios propriamente ditos.

TECENDO O ACONTECIMENTO

Os últimos 45 dias (outubro e novembro) nos quais Lula enfrentou o tratamento contra o câncer na laringe são marcados por operações midiáticas que apontam para a existência de uma nova lógica por meio da qual se engendra o acontecimento. Pelo menos, duas estratégias já tinham sido desferidas neste período, que trazem a marca da interferência do "estilo comunicacional" ex-presidente: as instruções por ele passadas aos médicos, no sentido de que não faria nenhuma restrição ao anúncio de nenhum aspecto de sua doença; e, a midiatização do trabalho de comunicação institucional, particularmente as imagens do fotógrafo do Instituto Cidadania (IC),[1] Ricardo Stuckert. Estas são, divulgadas inicialmente, no site, enquanto as primeiras marcas da "eclosão do câncer" e do seu processo de circulação, segundo operações feitas por diversas instituições midiáticas e das redes sociais. As fotografias mostram, pela primeira vez, Lula na condição de paciente, deitado em leito hospitalar, recuperando-se da primeira sessão de quimioterapia e recebendo as visitas da presidente Dilma, dentre outras pessoas. Estes dois registros ocuparam a mídia, enquanto receptora dos materiais fornecidos pelo site do Instituto Lula. As mídias em suas primeiras matérias sobre o caso elogiam o comportamento do presidente ao autorizar transparência total na divulgação de sua enfermidade, mas criticaram, de modo velado, a presença de um dispositivo-mediador, o fotógrafo oficial que se ocupou de produzir as primeiras imagens sobre a internação de Lula, "roubando" a tarefa que era, naturalmente esperada para ser feita, diretamente, pelos próprios meios de comunicação. As matérias de capa das revistas semanais se ocupam do assunto e chamam

1 Site que registra as atividades do ex-presidente Lula <http://www.institutolula.org/>.

atenção em seus títulos, para este aspecto: "Os bastidores da luta de Lula contra o câncer" (*Veja*, 01.11.2009). E, na mesma linha, em um dos seus subtítulos da chamada principal de capa, Isto É destaca "A comoção popular e os bastidores da luta do ex-presidente contra o câncer" (*Isto É*, 9.11.2011). Ao apontar os "bastidores da luta" enfatizam a singularidade das próprias estratégias midiáticas, cujas operações enunciativas cuidam de um aspecto da cobertura – os "bastidores" – os quais somente poderiam ser mostrados e/ou descritos pela mediação jornalística em si.

Uma terceira e complexa veiculação de imagens de Lula se constitui no objeto deste artigo e tem relações com as duas estratégias acima destacadas. Nas últimas semanas de novembro, novas imagens de Lula (Imagens 1, 2 e 3)[2] são feitas pelo fotógrafo oficial. Captam momento de uma espécie de "cena familiar", mas engendrada segundo lógicas de visibilidade, para que sejam compartilhadas pelos que estão na ambiência da midiatização. Lula "deixa-se fotografar" ao lado) de sua mulher, que aí está não para compor a "pose" da foto, mas para ser igualmente mostrada (Imagem 2). Debruçada sobre a cabeça de Lula, faz a barba do marido (Imagem 1), vestindo camisa de manga longa com a logomarca da Campanha Contra o Câncer de Mama. Este ato chama atenção para algo que se faz em público, no qual o fotógrafo não desempenha apenas um "ato testemunhal". Capta um ato que produz outros sentidos, revestidos de uma função simbólica, pois de certa forma diz respeito ao poder da mulher em desfazer, ali, perante multidões, e, sob as expensas de um sorriso de cumplicidade emitido pelo próprio Lula, a barba enquanto símbolo que compôs o "corpo significante" do líder e político, pelo menos ao longo de 40 anos de sua existência (Imagem 3).

2 O Instituto Cidadania anuncia a autorização de reprodução livre das imagens no site. Disponíveis em http://www.institutolula.org/2011/11/dona-marisa-corta-cabelo-e-barba-do-ex-presidente-lula/

A leitura destas manifestações destaca novas operações de midiatização da enfermidade do presidente Lula, cujos discursos ingressam num processo de circulação, a partir de uma atividade tecnodiscursiva posta em prática pelo próprio dispositivo que funciona, pelo menos no seu primeiro momento, independente da mediação dos próprios meios. Trata-se do modelo por meio do qual, registros da enfermidade do ex-presidente são midiatizados, segundo estratégia na qual o próprio presidente está implicado. Porém, que se distancia de um modelo de mediação, típico da "sociedade dos meios", conforme falamos em item anterior.

O ACONTECIMENTO NAS MÃOS DAS FONTES E/OU DE OUTROS CAMPOS SOCIAIS

Entender este caso, sugere mais uma observação contextual já no âmbito da própria "sociedade em vias de midiatização". Visa recuperar informações sobre estratégias desenvolvidas por outros campos sociais (não midiáticos), e que se assentam no deslocamento da atividade de

produção do acontecimento para além das próprias fronteiras do campo midiático. Recorremos a dois exemplos para destacar que o processo de midiatização da enfermidade de Lula envolve alguns aspectos de casos precedentes, na medida em que os mesmos reúnem elementos que sinalizam as estratégias de como outros campos sociais e seus atores, se apropriam de lógicas e operações de mídias. No primeiro caso, a facção criminosa Primeiro Comando do Crime (PCC) sequestra jornalista e técnicos da Rede Globo, em SP, como forma de pressionar aquela emissora para divulgar manifesto no qual denuncia as condições carcerárias do país. Desde o planejamento do sequestro até a leitura do "manifesto", por um membro encapuzado desta facção na TV GLOBO, a estratégia esteve permeada por lógicas de mídias. Destaca-se, parcialmente, o momento no qual os jornalistas sequestrados são transformados em "consultores" da facção, ao serem por ela obrigados a analisar o teor do manifesto, antes mesmo da sua divulgação. Visava o PCC veicular esta mensagem no Fantástico, mas a divulgação foi antecipada, para o sábado de véspera, sendo exibida durante outro programa. (FAUSTO NETO, 2006) O segundo caso, trata-se de ação organizada por um delegado da Polícia Federal. Tendo sido afastado do inquérito para apurar a apreensão de dinheiro nas mãos de simpatizantes do PT, em SP, o delegado resolveu midiatizar imagens do dinheiro apreendido pela polícia, através de várias operações de cunho midiático. Fotografa o dinheiro em lotes de notas por ele organizados; reproduz as imagens em disquetes; convida jornalistas de algumas mídias, especialmente as televisivas e representantes de grandes jornais, para uma reunião de cunho reservado, ocasião em que entrega os disquetes com as imagens. Ao mesmo tempo lhes impõe as condições de divulgação: em primeiro lugar não revelar ser ele o autor da operação, e em segundo lugar, pede a eles para que as imagens sejam exibidas nos noticiários televisivos de mais impacto, ou então, numa edição de jornal com mais veiculação. Os jornalistas seguem a risca as orientações do "delegado editor" e, no afã

de mostrar as primeiras imagens do dinheiro apreendido, não questionam em nenhum momento a natureza da ação do policial. Valorizam mais a disponibilidade do referido material do que as condições através das quais foi obtido. (FAUSTO NETO, 2007)

Além das duas estratégias serem permeadas pelo domínio de operações e de lógicas de mídia – por parte do comando criminal e pelo perito delegado – os procedimentos de sua realização se fazem através de uma instância mediadora, que é a "entrada em cena" dos jornalistas, no que pese as diferentes condições nas quais tal mediação ocorre. Mesmo que formuladas por agente de campos sociais não midiáticos, seus atores se valeram dos jornalistas uma vez que a mediação por ele proporcionada, tanto num como no outro caso, potencializa as possibilidades e a efetivação da circulação das mensagens. A rigor, podem ser consideradas estratégias híbridas, uma vez foram esboçadas fora do campo propriamente dito das mídias, mas cujo processo de visibilidade, implicou em se levar em conta certas condições no âmbito de uma "zona de interpenetração", através de relações que envolveram especialistas do campo midiático jornalístico e os atores sociais (agentes dos campos criminal e policial).

TERCEIRO CASO: COMPLEXIFICANDO O MODELO

Na estratégia da midiatização da enfermidade do ex-presidente, vê-se algumas convergências com os modelos descritos, mas também aspectos que os distinguem. Convergências no sentido de que ela é também permeada por lógicas de mídias, mas diferente na medida em que o processo de midiatização passa por outros "circuitos e fluxos de circulação", conforme atesta a descrição do modelo, abaixo, segundo sua representação diagramática.
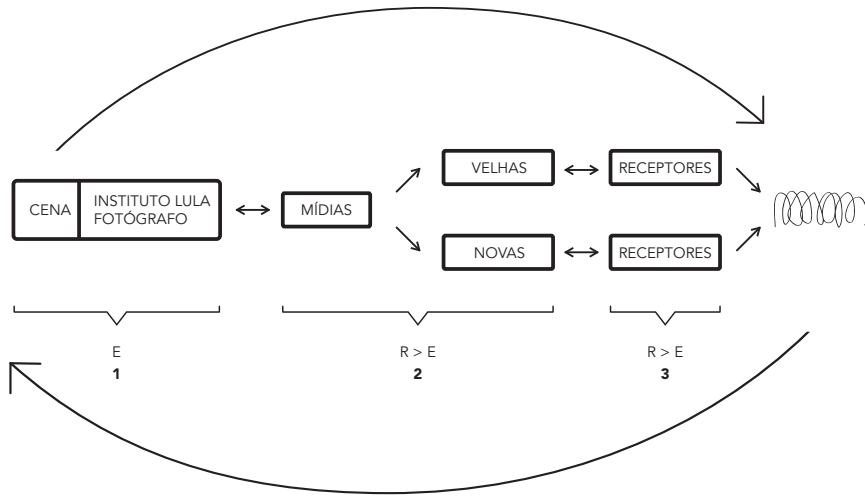
Figura 1 – Modelo midiatização imagem Lula.

O modelo acima, referente à midiatização dos três registros sobre a enfermidade de Lula, particularmente, a exibição das fotos na qual se desfaz do cabelo e barba, reúne, de modo sucinto, as seguintes características:

a) A estratégia é constituída nas margens do campo midiático, pelo menos por quatro zonas que se contatam: (a) o dispositivo institucional-técnico (Instituto Lula); (b) as mídias que se desdobram em velhas e novas; (c) os receptores que se bifurcam entre os receptores (de velhas e novas mídias; os receptores do site do Instituto Lula; e (d) os receptores que se bifurcam em novos coletivos (redes sociais, por exemplo), ao mesclarem suas estratégias, cujos efeitos e destinos, não se sabe, a priori;

b) O dispositivo técnico-institucional produz e dissemina discursos, concomitantemente para as mídias (velhas e novas) e para os receptores do seu site, criando, através de plataformas de circulação, três zonas de contatos: com as mídias; com os receptores de velhas e novas mídias; e com os receptores que interagem diretamente com o site;

c) As mídias, de receptores das mensagens captadas junto e postas em circulação pelo dispositivo técnico-institucional, transformam-se em

produtoras de mensagens enviadas, seja ao próprio site bem ou aos receptores;

d) Os receptores saem desta condição e se transformam em emissores de novas mensagens, ingressando em outro processo de circulação que é dinamizado por novas possibilidades de interações entre usuários de novas e velhas mídias, formando, a seu turno, novos atores.

O dispositivo técnico-institucional é o principal operador, a partir de lógicas de midiatização da estratégia, na medida em que sua autoiniciativa caracteriza-se por ações que visam afetar as instâncias midiáticas e a dos receptores. Sua lógica, enquanto fonte redimensionada por estas novas configurações, não é a de prever veiculação do acontecimento segundo auxílio de outras mediações, – segundo mostramos nos exemplos anteriores, que eram concebidas no contexto da "sociedade dos meios". No caso em análise, o dispositivo técnico-institucional elege o acontecimento; é quem organiza as operações e as possibilidades primeiras de sua inteligibilidade, mecanismo que reduz a força das instâncias mediadoras (as mídias, de modo geral). Por conta da atividade dos "elos em relação", ao invés da estratégia apenas acessar os meios, instala novas possibilidades de interação entre o dispositivo e a mídias e entre estas e os receptores, descontraindo a hipertrofia que até então marcava o fluxo de circuitos que caracterizava a relação das fontes com os meios e, destes com receptores. O dispositivo funciona com autonomia, mas significa dizer também que opera no contexto de interações e de contatos com as outras instâncias (mídias, receptores etc). Tal protocolo seria impensável no contexto da "sociedade dos meios" uma vez que o modelo comunicacional ali existente se caracterizava por uma forte centralidade e protagônica atividade dos meios em si.

O DISPOSITIVO PREPARANDO SENTIDOS...

Duas das três situações evocadas, dizem respeito ao status de imagens que são capturadas por um dispositivo, segundo determinadas operações.

Já na primeira, explicita-se o dedo do ator – o ex-presidente – que orienta os peritos (médicos) do campo que dele cuidam para, se constituindo num "elo de contato" entre ele e a sociedade, anunciar a sua enfermidade, sem nenhuma restrição, fato este que é confirmado nas próprias entrevistas pelos médicos. As duas outras, que envolvem a produção de imagens, fogem aos três tipos usuais de registros fotográficos: a foto-artística; a foto-reportagem; e foto-amadora (VERÓN, 1994), uma vez que não são imagens que se destinam a galeria, nem tão pouco capturadas de um real, usualmente recuperadas por repórteres fotográficos, e nem ainda, uma foto amadora, produzida sob encomenda, ou por caso. Pertencem a um novo tipo de matriz de discursividades, cujas condições de produção estão relacionadas com a existência de um dispositivo que não está vinculado a instituições midiáticas, no sentido restrito, mas que é afetado pelas lógicas e pela cultura dos meios em processualidades na sociedade em midiatização. As imagens não são apenas registros cedidos por um serviço especial de comunicação. Nascem e circulam no seio de outro tipo de prática social, cuja instituição que as produz elege um dispositivo operacional, atravessado por protocolos de midiatização, para desenvolver estratégias a partir de lógicas e postulados próprios em relação ao universo dos meios. Não se trata de uma operação abstrata e que, portanto ignore a singularidade de outras práticas sociais. A análise mostra operações do campo político que são reconfiguradas por lógicas do campo das mídias, delas resultando complexos discursos que são também dinamizados por novas condições de circulação típicas deste novo entorno comunicativo. Uma de suas características é a de enfraquecer a atividade tecno-simbólica da mediação midiática profissional, dela roubando o ato de ofertar sentidos, em primeira mão, sobre a enfermidade do ex-presidente.

Os registros das três operações de midiatização da enfermidade de Lula estão associados a um momento mais distante e que caracteriza a "biografia midiática" de Lula e suas relações com os meios de comunicação, de caráter tecno-industrial. Ao longo de sua vida mantém, uma estra-

tégia de "aproximação administrada" com as mídias. Recordemos, como exemplos, estratégias por ele desenvolvidas durante campanhas eleitorais e no exercício da presidência – que tinham como objetivo esquivar-se do foco da enunciação jornalística, ou possibilitar que ele falasse, diretamente, com a sociedade, sem o concurso deste tipo de mediação institucional. (FAUSTO NETO, 2006b) O estabelecimento deste contato direto com a sociedade pode também ser ilustrado pela adesão de Lula, já na presidência, a uma série de meios (sites, colunas por ele assinadas em jornais, pelo programa radiofônico semanal), e também pelos próprios discursos que, se não dirigidos a mídia, mas desta se valia para alimentar o noticiário. (FAUSTO NETO, 2011) Sabe-se que contemporaneamente, políticas de comunicação praticadas pelos presidentes de alguns países latino americanos mostram interesses em falar a sociedade, sem a mediação da imprensa, enquanto "elo de contato", valendo-se, assim, do arsenal das tecnologias convertidas em meios,[3] proporcionadas pela midiatização.

SENTIDOS EM CIRCULAÇÃO: PRIMEIRAS APROPRIAÇÕES

Nesta análise sobre a retirada da barba e cabelo do presidente, existem algumas operações enunciativas que se constituem, o "ponto de partida" do processo de mediação e de midiatização das imagens.

O site do IL "aloja" as fotografias que, preparadas em um momento específico, tiveram o seu processo produtivo subordinado às injunções do dispositivo veiculante. Muitas delas foram capturadas, mas apenas três integraram o "pacote" de matéria significante não-verbal, ao lado de um texto, exibido na introdução deste trabalho, que na forma de um comunicado, faz a ancoragem das imagens. As três fotografias documentam: a) o ato de raspagem da barba; b) em plano mais aberto, a nova face de Lula sendo mostrada por dona Marisa, destacando-se também a exis-

3 Conforme se discutiu no Simpósio Temático do CISECO - Mídia e Política: velhas questões, novos conflitos, que ocorreu em Salvador de 19 a 21 de agosto de 2011.

tência de uma árvore como "testemunha contextual" do ato; e c) num plano mais fechado, dona Marisa, com a cabeça se debruçando ao rosto de Lula, num gesto de afago. Esta "tríade", posta em circulação, não foi reproduzida na ordem aqui mostrada pela mídia. É "desmontada" pelos processos de edição dos velhos e novos meios, e as fotos são re-inseridas e subordinadas às novas funções como: servir como decoração de matérias; destacar o ato de raspagem da barba, em si; chamar atenção para o novo visual do presidente, em suma seguem os outros passos e motivações dos processos editoriais. É neste momento, que estas passam da posição receptoras para outra atividade e que se manifesta pela apropriação dos materiais. Os processos editoriais desmontam os sentidos em oferta pela estratégia do site, através de novas operações discursivas. A rigor o processo de apropriação serve de "prova" para lembrar que os efeitos de sentidos se dão no encontro dos discursos, segundo operações que nunca fazem os discursos em produção e em recepção coincidir. Contudo, se pode dizer que os efeitos de sentidos estimados pelo trabalho discursivo das mídias procuram mostrar a nova imagem de Lula. Ou, então, o ato no qual Lula perde um signo que o acompanhou por longo tempo. Sendo a tríade de fotos desfeita, o corpo fotografado de Lula, vira pedaços. Ou matéria significante, enquanto condição de produção a enunciação de novos corpos das imagens.

Na mensagem que circula nos sites das mídias, impressos, ao lado das imagens, observa-se que os próprios títulos, textos, legendas etc. tratam de destacar operadores de identificação relacionados com o status e fluxo do processo de midiatização do acontecimento da produção a circulação: *"na tarde de quarta-feira, o Instituto Cidadania, do petista, divulga uma foto em que mostra Lula sem barba e cabelo"* (*Zero Hora*, 16/11/2011).[4] As mídias recuperam também, parte da estratégia do site: a mensagem em que aparece, pela primeira vez a palavra antecipando explicando os motivos pelos

4 Foi consultado o Clicrbs, site informativo da versão digital do Jornal Zero Hora.

quais Lula se desfaz da barba e bigode, mas também explicitando a natureza deste discurso (antecipatório).

No processo de comediatização da mensagem realizado por diferentes sites e jornais, que esta palavra é chave, pois está presente num número muito amplo de matérias, na forma de títulos, textos, legendas etc. Porém, ela é retrabalhada através de diferentes construções discursivas. Numa espécie de "diálogo" com o site, as primeiras páginas de jornais relevantes recuperam este significante, como um operador central que vai nortear o trabalho explicativo de suas matérias; "*Em tratamento, ex-presidente antecipa a provável queda do cabelo e removeu a barba que o caracterizava*" (*Zero Hora*, 17/11/2011); "*Lula sem barba e cabelo. Ex-presidente se antecipa aos efeitos da quimioterapia*" (*Diário Gaúcho*, 17/11/2011); "*Em seu apartamento, ao lado da mulher, o ex-presidente aparece usando só bigode, ele antecipa aos efeitos do tratamento com quimioterapia e pediu a Dona Marisa [...] que fizesse o papel de barbeiro*" (*Folha de São Paulo*, 17/11/2011).

Nos sites dos jornais impressos se dão as seguintes operações: *O ex-presidente Lula [...] se antecipou aos efeitos do tratamento contra o câncer na laringe.* (*Zero Hora*, Clicrbs, 16/11/2011); *Lula corta barba e cabelo e antecipa efeito colateral de químio.* (*Extra*, 16/11/2011); *Lula aparece sem barba e cabelo pela primeira vez após início da químio.* (*Correio Brasiliense*, 16/11/2011) *Lula se antecipa e raspa barba e cabelo.* (*O Povo*, 17/11/2011); *Lula sem cabelo e barba, em imagem divulgada pelo Instituto Lula, ONG do ex-presidente.* (*O IMPARCIAL*, 16/11/2011)

A ação de antecipar é semantizada através de várias construções dos títulos e a maioria agrega algum tipo de interpretação: Anunciar a antecipação sem explicar os motivos, pelos quais Lula aparece sem barba? (f); Ou, simplesmente anuncia a antecipação (g); associa a antecipação ao tratamento, de modo genérico (b); relaciona-a com químio (e); a efeitos colaterais, mas sem detalhá-los (e). Os exemplos (c) e (d) exploram outras construções, associando a raspagem do cabelo com o fim e mudança de uma era ("as imagens de uma década").

Uma operação enunciativa mais complexa (uma modalidade de "jornalismo investigativo", à seu modo), é realizada pelo portal G1/Política que mostra pesquisa: "*Veja os diferentes visuais de Lula ao longo dos anos*" – desde jovem sem barba, até a raspagem do cabelo e barba, 36 anos após, antecipando-se aos efeitos da químio. (*G1/Globo*, 17/11/2011).

DERIVAÇÕES

Os processos de midiatização ensejam também a emergência de novas discursividades que se manifestam em "zonas de contatos", nas quais mensagens possibilitam encontro entre produtores e receptores. Apresentamos algumas descrições sobre o "contato" que os receptores travam com os discursos, em circulação (os do site do Instituto Lula, e os das mídias) e que se manifestam nas marcas discursivas que aparecem no corpo destes suportes, a partir do envio feito por receptores (leitores, internautas etc.). Recuperamos apenas três dimensões das estratégias de discursos em recepção, algo por demais resumido para dar conta de uma problemática complexa, como a da leitura da recepção, neste novo ambiente de contatos. Sabemos que a doença de Lula, já na sua manifestação primeira, produziu uma onda de leituras que justificariam uma análise mais específica. Assim sendo, são apresentadas marcas de operações enunciativas que tratam de leituras de internautas feitas apenas no âmbito dos sites do IC e das mídias jornalísticas. Aborda-se, assim, três níveis de discursos: a) aqueles em torno do **ato de mostragem** (que estamos chamando do trabalho discursivo de midiatização das imagens de Lula, por parte do dispositivo tecno-institucional); b) as **(novas) imagens do corpo do presidente**; e c) **associações derivadas da midiatização destas imagens**. É no âmbito destes registros empíricos que podem ser encontrados os "rastros" das mediações que se realizam pela linguagem, enquanto "atividade-mestra" de todas as mediações. Vale ressaltar, entretanto, que as marcas de acesso de internautas na "zona de contato" ensejadas pelo site

do IC são restritas, gerando as presenças de um segmento específico de internautas. Observa-se, ali, as manifestações de mensagens dirigidas por personalidades institucionais (como presidentes de repúblicas) ou então "celebridades" (como Zeca Pagodinho e Milton Nascimento). São, de modo geral, mensagens que se reportam a enfermidade de modo genérico e, não especificamente, ao episódio das imagens sobre a raspagem da barba e do cabelo.

Vejamos os comentários: sobre o primeiro nível – o ato de midiatização da raspagem da barba e do cabelo – o ato é relacionado com o imaginário político: "*Uma vergonha usar a doença assim*" (Norma, *Zero Hora*, 18/11/2011). Também com estratégias de marketing: "*Segundo dizem ta levando R$ 1 milha (milhão) da Gilette. Agora tem a pergunta: como utilizar em propaganda vão ter que ter muita criatividade*" (*Observador Mineiro, O Estado de Minas*, 16/11/2011). Este último comentário provoca uma segunda reação: "*até na doença este cidadão quer enganar o povo, quer dizer que a mulher dele com um simples aparelhinho de 02 laminas raspou o cabelo a zero e tirou a barba. Quem for barbeiro sabe do que estou falando*" (Arilson Sartorado, *O Liberal* 16/11/2011). Como estratégias de contraposição, internautas fazem a Lula um "ato de desagravo": "*Cortar o cabelo ou tirar a barba, não quer dizer nada, pois o homem que você é, independe de barba ou cabelo, sempre será um homem do povo, do nosso povo brasileiro. Abraços de um eterno agradecido do seu trabalho*" (Marcio rego, *O Povo*, 17/11/2011).

No 2° nível, nas impressões dos internautas sobre os efeitos da raspagem em relação às imagens do presidente, são realizados vários tipos de associações, como aquelas com personalidades do mundo político: "*Ficou o Sarney sem cabelos, porém na essência é igualzinho a ele*" (Andre Luis, *Zero Hora*, 16/11/2011); Ou então: "*Engraçado, ele ficou a cara do ACM (Antonio Carlos Magalhães*)" (Felipe, *Zero Hora*, 16/11/2011). Lançam mão da contenda política: "*Quando começarem as próximas campanhas eleitorais e acontecerem as carreatas alguém pode gritar: joguem bolinhas de papel neste careca safado*" (Athos Martello, G1, 23/11/2011). Ficando ainda neste território,

são taxativos, ao sustentar um certo discurso de oposição: "*de cara limpa fica mais difícil mentir!*" (Amaury, *Zero Hora*, 16/11/2011). Em contraponto com outras associações, aparecem mensagens de cumplicidade e também elogiosas: "*Ficou bonito também, mas a grande beleza deste estadista está no seu interior*" (Jalio Albuquerque, *Correio Braziliense*, 16/11/2011). Registram lamentação pela queda da barba, mas fazem elogios e cumprimentos ao presidente pelo apoio que recebe da mulher: "*Fiquei triste ao ver o Lula sem a sua famosa barba, mas como eu sei que o poder de Deus é grande, ele vai se sair dessa. Uma torcedora. Parabéns por ter dona Marisa. Estou rezando por você.*" (Genelsa, *O Povo on-line*, 16/11/2011).

No 3° bloco – observa-se, mediante comentários de várias modalizações, mensagens que fazem construção transversal do caso com outros episódios correlatos ao tema da saúde. Elas abandonam, na sua maioria, o tema da raspagem da barba e do cabelo, e retomam a questão da saúde/doença, através do ingresso de tema codeterminando-o com o caso Lula: De modo mais "analítico" desenvolvem avaliações comparativas: "*No Brasil os cancerosos pobres morrem todos, pela falta de atendimento médico. Para que serve a constituição federal? para os ricos!*" (Luiz Campos, *Correio Braziliense*, 21/11/2011). Ainda: "*Quero que o Lula tenha pronta recuperação. Porém, lamento muito pelo fato da grande maioria do povo brasileiro não ter acesso ao mesmo nível de tratamento. Infelizmente se for depender da rede pública para uma doença tão agressiva o resultado vai ser a morte*" (Marcos Perez, *Correio Braziliense*, 21/11/2011). Interpelam o presidente, a exemplo do que fizeram quando divulgadas as primeiras notícias de que Lula estava sendo tratado em hospital de alta qualidade: "*Meu prezado Lula, por que o senhor não recorreu a um hospital do SUS*? (Daniel Silva, *Correio Braziliense*, 21/11/2011). Em um tom mais interrogativo, mas de modo reverencial, questionam: "*Só uma pergunta: O Sr. Ex Presidente Lula vai fazer seu tratamento pelo SUS?*" (Susana, *Zero Hora*, 16/11/2011). Falam ao presidente encaminhando-o proposições: "*Torço pelo ser humano LULA mas assim como ele pregava a igualdade entre os brasileiros ele deveria fazer o*

tratamento pelo SUS e saber o que o povo brasileiro de fato sente na pele" (Luiz Fernando, *Zero Hora*, 16/11/2011).

Há comentários nos quais o internauta se solidariza e conforta o presidente: relatam casos de pessoas que contraíram a enfermidade – familiares ou amigos – sugerem também tratamento ao presidente e manifestam carinho e apoio ao seu tratamento:

> *Queria levar até você lula, me permita esse tratamento, mas é que o tenho como amigo, não com a imponência de presidente, meus votos de plena cura e dizer que passamos por esse mesmo problema. Meu marido João Carlos Passini, teve câncer de corda vocal, fez 2 cirurgias por vídeo, que em nada resultaram, até que foi realizada a tradicional com corte cirúrgico, e isso já fazem uns bons 6 anos. Ele tem a voz restrita, mas fala e se comunica bem. ficou curado,então, quero levar esse depoimento, para dizer que tem cura, e a pessoa embora tenha restrições, tem vida normal. que deus esteja sempre junto a você e sua família. Tenha fé, só muita fé. Ela é a razão de tudo. Estou torcendo por você. Meu marido também fez radio e foram 33 sessões. Mas tudo passa. Força amigo. Fique com Deus. Um abraço. (Maria Bernadete Castro Passini - O Povo Online, 16/11/2011)*

Politizam o tema comparando os que tratam o câncer em condições diferentes e denunciando o modo de morrer dos pobres: "*Os pobres morrem sem assistência médica, pela sua própria culpa! elegem sempre os mesmos políticos que nunca fizeram nada.*" [...] "*No Brasil os cancerosos pobres morrem todos, pela falta de atendimento médico. Para que serve a constituição federal? para os ricos!*". (Luiz Campos, *Correio Braziliense*, 21/11/2011)

COMENTÁRIOS FINAIS

As reflexões tencionadas pelos conceitos sobre os quais se apoia esta publicação, destacam: deslocamento de processos e estratégias através dos quais se constrói sentidos sobre a existência do corpo – significante, permeado por duas matrizes específicas: sua vinculação a um determinado campo social; e as incidências das lógicas da midiatização sobre a natureza de sua prática (a política). Trata-se da articulação de várias dimensões (biológicas, cognitivas, discursivas, simbólicas) que parecem inseparáveis

pela força do trabalho de um elo tecno-discursivo que liga estas dimensões relacionadas com o corpo envolto em diferentes práticas sociais, enquanto práticas de sentido. É um corpo de um ator imerso em redes complexas, mas situado no âmbito de uma prática que se vale da midiatização para produzir inteligibilidades sobre sua enfermidade.

Ao longo dessa descrição observamos várias marcas que assinalam a dependência de construção do acontecimento, por parte de operadores midiáticos. Particularmente, o trabalho de geração de um acontecimento, a antecipação dos efeitos da quimioterapria, segundo construções enunciativas feitas no campo da política, a partir de regras midiáticas. O efeito presumido desta estratégia é justamente, considerando a biografia do ator, produzir uma outra afetação, distinta dos efeitos incontornáveis da doença e do seu tratamento. No caso, como afetação elaborada pelas operações de midiatização postas em prática, possa repercutir sobre a simbólica da sintomatologia da enfermidade, no âmbito do corpo. Para tanto, é fundamental que outros tratamentos, a margem dos procedimentos médicos, se procedam e, neste caso, incorporar a midiatização ao tratamento implica a escolha de um ritual cuja mecânica se constitui numa dramaturgização específica. Nestas condições, **corpos** de conhecimentos de várias práticas sociais, enquanto mediações, oferecem os seus saberes para a encenação de um "ritual de mostragem" do corpo engendrado pelos processos de midiatização. Trata-se de um investimento muito complexo, imposto a um corpo além daquilo que já o aflige. Mas que não pode ser diferente, tratando-se da natureza do corpo do ator imerso na política.

A antecipação visa, como efeito, conter outros discursos e impor-se à matéria jornalística; mostrar o fato nas suas provas mais evidentes roubando o objeto e novas investidas contra ele, especialmente, as de caráter jornalístico. E nesse aspecto, as mídias parecem ter permanecido reféns desta estratégia. Há dois operadores discursivos, de materiais jornalísticos, que sinalizam os efeitos desta estratégia, por nós chamados de "operadores de reconhecimento da midiatização". Em primeiro lugar, quando

as próprias matérias jornalísticas acolhem a principal matriz enunciativa gerada pela estratégia: o operador semântico – antecipação –, como o acontecimento. Em segundo lugar, uma operação discursiva calcada numa enunciação que circula intermidias – novos e velhos. No dia da última sessão da quimioterapia a que se submeteu Lula, a mídia-impressa e digital fez circular uma foto por ela produzida, que registrava o fotografo oficial do Instituto Lula captando o momento no qual Lula entrava no hospital. Trata-se de um registro que aponta para as intermedialidades, enquanto uma interação como atividade intensa entre meios. Mas, a nosso ver, não se trata apenas de "um contato de meios", pelo qual um refere o outro, ou então, de uma mediação no sentido de uma passagem de uma situação de comunicação a outra. Algo mais se processa e destaca as linguagens como mediadora, via o trabalho da enunciação. São "modos de dizer" de dois estágios do acontecimento, que guardam relações, mas tem suas singularidades. Se, por um lado, a operação do fotografo do IL dá sequência a estratégia (enquanto primeiro acontecimento), de outro, a operação fotográfica do âmbito jornalístico capta a primeira, fazendo emergir um segundo acontecimento (a midiatização do caso). Se a interação entre estratégias aponta para processos produtivos, também chama atenção para a circulação dos seus registros específicos, mas que se articulam construindo a circulação e sua processualidade. O acontecimento somente poderia ser engendrado e enunciado por dispositivos desta natureza. Temporalmente, são momentos distintos de acontecimentos que têm cadencias específicas distintas, mas cujas operações se conectam pela atividade da linguagem enquanto mediadora, mestra que tece a atribuição de sentidos aos acontecimentos. Da parte deste corpo-significante em midiatização vem algo que é suscitado pela estratégia escolhida, a "celebração da doença em comunidade". Ela tem alguma coisa a ver com construções sociais e imaginárias, talvez alguma associação com a biografia "comunitária" de Lula. Muitas pistas o acontecimento insinua enquanto objeto para que estudos outros cuidem desta complexa questão do corpo-significante.

REFERÊNCIAS

ARIÉS, Philippe. *O homem diante da morte*. Tomo II. Rio de Janeiro: Ed. Francisco Alves, 1984.

ARIÉS, Philippe. *História da morte no Ocidente desde a Idade Média*. Lisboa: Ed.Teorema, 1988.

AYALA, Soledad A. (Re) Leyendo en Internet. *La trama de La comunicación*. v. 13, Rosário, p.161-178, 2008.

BRAGA, José Luiz. Mediatização como processo interacional de referencia. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 15., 2006, Bauru. *Anais*... Bauru: Compós, 2006.

FAUSTO NETO, Antonio. *O corpo falado*: doença e morte de Tancredo Neves nas revistas semanais brasileiras. João Pessoa: Ed. UFPb, 1988a.

______. O Porta Voz: um dia eu digo que não, um dia eu digo que sim. *Revista Humanidades*. Brasília, DF, v. 1, n. 16, p. 37-47, 1988b.

______. Será que ele é? Onde estamos? A midiatização de um "discurso proibido". *Ícone*, Pernambuco, v. 7, n. 9, dez. 2006a.

______. Observações sobre a midiatização da campanha eleitoral de 2006. *Galáxia*, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 143-165, jun. 2006b.

______. A midiatização jornalística do dinheiro apreendido: das fotos furtadas à fita leitora. *La trama de La comunicación*. Rosário, v. 12, p. 3-17, 2007.

______. A circulação além das bordas. In: FAUSTO NETO, Antonio; VALDETTARO, Sandra. *Mediatización, sociedad y sentido*: diálogos entre Brasil y Argentina. Rosário: Universidad Nacional de Rosario, 2010.

FAUSTO NETO, Antonio. Lula e a crise de 2008: fragmentos do discurso político-analisador. Revista *FAMECOS*, Porto Alegre, v. 18, p. 373-407, maio/ago. 2011.

HECHEN, María Elena. Lenguaje fotográfico y lenguage editorial. *La trama de La comunicación*. Rosário, v. 12, p. 75-84, 2007/2008.

HEIDEGGER, Martin. *A caminho da linguagem*. Petrópolis: Vozes; Bragança Paulista: Editora Universitária São Francisco, 2011.

JURGELENAS, Paulo. La fotografía en términos de acción. *La trama de La comunicación*. Rosário, v. 13, p. 103-118, 2008.

LUHMANN, Niklas. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulos, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Razón técnica y razón política: espacios / tiempos no pensados. *Revista Latinoamericana de Comunicação*, São Paulo, v. 1, n. 1, dez. 2004.

______. Uma aventura epistemológica. *Matrizes*, São Paulo, v. 1, n. 2, 2009a.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. As formas mestiças da mídia. *Revista FAPESP*, São Paulo, p.10-15, set. 2009b.

MATTANÓ, Susana. Imagen fotográfica: una cuestión de limites? *La trama de La comunicación*. Rosário, v. 14, p.193-202, 2009/2010.

PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso*: introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker, 1999.

SODRÉ, Muniz. *A antropológica do espelho*. Petrópolis: Vozes, 2006.

SONTAG, Susan. *A doença como metáfora*. Rio de Janeiro: Graal, 1984.

VERÓN, Eliseo. De l'image sémiologique aux discursivités: le temps d'une photo. *Hermès*, Paris, n. 13-14, 1994.

______. Esquema para el análisis de La mediatización. *Diálogos*, Lima, n. 48, 1997.

______. *El cuerpo de las imagenes*. Buenos Aires: Norma, 2004.

______. *Semiotique Ouverte*. Paris : Hachette, 2009.

Sobre os autores e organizadores

ANTÔNIO FAUSTO NETO é mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília, doutor em Sciences de La Comunication Et de L'information - Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales - França e estudos de pós-doutorado na Universidade Federal do Rio de Janeiro. Pesquisador 1A do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico; ex-membro do Comitê Científico do CNPq (área de comunicação); Consultor *ad hoc*: CAPES, CNPq, Fundação Carlos Chagas. Professor titular da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Autor de livros *Mortes em derrapagem* (1991); *O impeachment da televisão* (1995); *Ensinando à TV Escola* (2001); *Desconstruindo os sentidos* (2001); *Lula Presidente - Televisão e política na campanha eleitoral* (2003); *O mundo das mídia* (2004); *La política de los internautas* (Buenos Aires 2012). afaustoneto@gmail.com / afaustoneto@gmail.com

CARLOS ALBERTO DE CARVALHO é professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais, na graduação e no Programa de Pós-Graduação. Desenvolve pesquisas sobre as relações entre HIV/Aids e homofobia em jornais impressos, com financiamento da Pró-Reitoria de Pesquisa da Universidade Federal de Minas Gerais e da Fundação de Amparo à Pesquisa do estado de Minas Gerais. É um dos coordenadores do Núcleo de Estudos Tramas Comunicacionais. caco5@uol.com.br

CLARISSE CASTRO ALVARENGA possui mestrado em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas e é doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. É professora da Escola Guignard, da Universidade do Estado de Minas Gerais e integra o programa de Formação Intercultural de Educadores Indígenas, na Universidade Federal de Minas Gerais onde atua com o ensino de audiovisual. Como realizadora, dirigiu: *Umdolasi* (2001, dir. coletiva, 48'),

Ô, de casa! (2007, 70') e *Sertão Mar* (2009, 15'). clarissealvarenga@gmail.com

CLÁUDIO CARDOSO DE PAIVA é professor associado II do Departamento de Comunicação e Turismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, doutor em Ciências Sociais, pela Universidade de Paris V, Sorbonne, mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília. Autor do livro *Dionísio na Idade Mídia, Estética e Sociedade na Ficção Seriada*, publicado em João Pessoa pela Editora da Universidade Federal da Paraíba em 2008. Pesquisador em televisão, teledramaturgia e mídias digitais. claudiocpaiva@yahoo.com.br

DIÓGENES LYCARIÃO é bacharel em Comunicação Social, com habilitação em jornalismo pela Universidade Federal do Ceará, mestre e doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais. É bolsista Capes e participa desde 2008 do Grupo de Pesquisa em Mídia e Esfera Pública, coordenado pela profa. Dra. Rousiley Maia. dramarc@gmail.com

GISLENE SILVA é professora do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Doutora em Ciências Sociais/Antropologia pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, com pós-doutorado na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. É autora do livro *O sonho da casa no campo: jornalismo e imaginário de leitores urbanos*. gislenedasilva@gmail.com

JOEL FELIPE GUINDANI é doutorando pelo programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos e graduado em Comunicação Social (Rádio e TV) pela Universidade do Oeste de Santa Catarina. Estudou Filosofia na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Pesquisa atualmente as seguintes

temáticas: comunicação e cultura, cidadania, rádio e movimento sociais. j.educom@gmail.com

JORGE CARDOSO FILHO é docente do Centro de Artes, Humanidade e Letras na Universidade Federal do Recôncavo da Bahia e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, da Universidade Federal da Bahia, onde exerce a função de editor adjunto da Revista *Contemporânea*. Integra a International Association for the Study of Popular Music - IASPM América-Latina. Leciona e pesquisa nas áreas da música popular, estética da comunicação e crítica cultural. cardosofilho.jorge@gmail.com

JOSÉ LUIZ BRAGA é professor titular no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unisinos (RS) desde 1999, tendo coordenado o Programa de 2002 a 2004. Doutor em Comunicação pelo Institut Français de Presse. Pesquisador 1A do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. Foi pesquisador no Instituto de Pesquisas Espaciais (Projeto Saci de Educação a Distância) e professor na Universidade Federal da Paraíba e na Universidade de Brasília. Foi presidente da Compós, gestão 1993-95. jlbraga@via-rs.com.br

KÁTIA HALLAK LOMBARDI é pesquisadora em fotografia, imagem e comunicação. Mestre e doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais e professora assistente do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de São João del-Rei. É fotógrafa e autora do projeto fotográfico Guardiões do Patrimônio <www.guardioesdopatrimonio.com.br> lombardi.bhz@terra.com.br

LAAN MENDES DE BARROS é jornalista e editor, licenciado em Artes Plásticas pelo Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo e doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, com pós-doutorado na

Université Stendhal - Grenoble 3, França. Professor titular da Universidade Metodista de São Paulo, atuando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social e como pesquisador associado na Cátedra UNESCO de Comunicação para o Desenvolvimento Regional. laan.barros@metodista.br

LEANDRO LAGE é mestrando pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Minas Gerais, com bolsa Capes. É especialista em Comunicação: Imagens e Culturas Midiáticas também pela Universidade Federal de Minas Gerais e graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade da Amazônia. Integra o Núcleo de Estudos Tramas Comunicacionais. leandrolage@gmail.com

LUÍS MAURO SÁ MARTINO é professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero, em São Paulo. Doutor em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, foi pesquisador-bolsista da Universidade de East Anglia (2008) e é autor dos livros *Comunicação e Identidade* (Paulus, 2010) e *Teoria da Comunicação* (2009). lmsamartino@gmail.com

MARCO TOLEDO BASTOS é pós-doutorando, doutor e mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. É pesquisador do Núcleo FiloCom da Universidade de São Paulo e da Rede de Pesquisadores em Antropologia Medial da Universidade Johann Wolfgang Goethe – Frankfurt am Main. opus@usp.br

VALDIR JOSE MORIGI possui graduação em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, graduação em Biblioteconomia pela Universidade Federal da Paraíba, mestrado em Sociologia Rural pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul e doutorado em Sociologia pela Universidade de São Paulo. Atualmente é professor do associado do Departamento de Ciências da Informação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. valdir.morigi@ufrgs.br

SOBRE OS ORGANIZADORES

JEDER JANOTTI JUNIOR é pesquisador com bolsa produtividade do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco e do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Alagoas. Atualmente coordena o Grupo de Pesquisa Cultura, Comunicação e Música Popular Massiva. Recentemente organizou junto com Itânia Gomes o livro *Comunicação e Estudos Culturais* (EDUFBA, 2011). Além da pesquisa e do diálogo acadêmico é apaixonado por música e por bons livros. Entre suas publicações destaca-se *Heavy Metal com Dendê* (E-Papers, 2004).

MARIA ÂNGELA MATTOS é professora dos cursos de pós-graduação e graduação em comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (Unidade Coração Eucarístico - Belo Horizonte). Supervisora do Centro de Pesquisa em Comunicação da Faculdade de Comunicação e Artes da PUC Minas. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Campo Comunicacional e suas Interfaces e da metapesquisa em desenvolvimento sobre a construção do capital teórico sobre as interações midiatizadas nos artigos científicos apresentados à Compós durante a década de 2000, financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais.

NILDA JACKS é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e bolsista de Pesquisa nível 1 do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. Entre suas publicações inclui-se a recente coordenação do livro *Analisis de la recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectiva al futuro*, publicado pela CIESPAL